

Titulares

Diseño en Aragón

- Éxito del Diseña Forum. [\[leer\]](#)
- CAF diseña el Tranvía de Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Grupo GUIA de la Universidad de Zaragoza desarrolla un envase inteligente que muestra si el alimento está en mal estado. [\[leer\]](#)
- Mondo presenta sus últimas novedades en la Copa de Rey de Basket Bilbao 2010. [\[leer\]](#)
- Nueva línea de mobiliario urbano para Ironland. [\[leer\]](#)
- Illabo Internacional saca al mercado el comedero de pollos ideal para su alimentación, crecimiento y desarrollo. [\[leer\]](#)
- Araven lanza la primera cesta de la compra del mercado con asa antibacteriana. [\[leer\]](#)
- La nueva tabla de corte de Araven permite a los hosteleros cumplir la normativa con un producto seguro, higiénico y duradero. [\[leer\]](#)
- In&On Sylvania de Imaginarium, un juego estimulante lleno de actividades. [\[leer\]](#)
- Juguetes Divertoys verano 2010. [\[leer\]](#)
- Diseño Ergonómico de Puestos de Conducción en Vehículos Ferroviarios de CAF. [\[leer\]](#)
- Monorail en la feria BCN Rail 2009. [\[leer\]](#)
- Barritas de Chocolate Lacasa, creciendo en el mercado del chocolate. [\[leer\]](#)
- Nueva botella Ambar Real Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Enate Tapas. [\[leer\]](#)
- Nuevo packaging para Tolosana. [\[leer\]](#)
- MONDO 3Nx: creación de nombre y marca a nivel mundial. [\[leer\]](#)
- HERALDO.es, de estreno. [\[leer\]](#)
- Identidad corporativa para Seventyeight. [\[leer\]](#)
- Dicome. [\[leer\]](#)
- Una flor de celuloide para Ecozine. [\[leer\]](#)
- Stand del Ayuntamiento de Zaragoza para Feria Tecnimap. [\[leer\]](#)
- Identidad Visual y ambientación para Diseña Forum. [\[leer\]](#)
- Entrega de premios Don Bosco al diseño y a la innovación tecnológica en su XXIII Edición II Semana del Diseño en la EUITI. [\[leer\]](#)
- IV Jornadas sobre la Práctica del Diseño Escuela Superior de Diseño de Aragón. [\[leer\]](#)
- "Nuevos formatos: Comunicación, lenguaje y videoarte". [\[leer\]](#)
- VI Encuentro de diseñadores en Zaragoza. [\[leer\]](#)

- Exposición Estudio Camaleón. 20 Años. 1990-2010. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Navidad dulce. [\[leer\]](#)
- Mario Ruiz forma parte de la "Bravos" de Juli Capella. [\[leer\]](#)
- Cubo industrial de 60 litros (Pertenece a la publicación Proyecto Diseña Vol II). [\[leer\]](#)
- Luminaria circular y mejoras para instalación de luminarias (Pertenece a la publicación Proyecto Diseña Vol II). [\[leer\]](#)
- Rediseño de la identidad de empresa y de la marca (Pertenece a la publicación Proyecto Diseña Vol II). [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Guillen Doz (Entrevista con los creadores de la firma Guillen Doz) [\[leer\]](#)
- La empresa aragonesa Cubo, premiada doblemente por la Asociación Española de Profesionales del Diseño. [\[leer\]](#)
- Balay recibe ocho premios IF de Diseño. [\[leer\]](#)
- Icograda Design Week Madrid 2010. [\[leer\]](#)
- Siemens amplía la serie conmemorativa de sus 100 años de experiencia en planchado. [\[leer\]](#)
- El balón de fútbol para África. [\[leer\]](#)
- Custo diseña el maillot de la Vuelta Ciclista a España 2010. [\[leer\]](#)
- ZGZ Design happening. [\[leer\]](#)
- Coolhunting, conociendo al consumidor del futuro. [\[leer\]](#)
- Cerrada la convocatoria de los Premios Nacionales de Diseño 2010. [\[leer\]](#)
- Se entregan los premios del concurso "Mueble Selección CLM 2010". [\[leer\]](#)
- Entregados Premios best_ed. [\[leer\]](#)
- Alessandro Mendini nuevo director de la revista Domus. [\[leer\]](#)
- El Roca Barcelona Gallery expone el proyecto ganador de la 3ª edición del Concurso Internacional de Diseño Jump the Gap. [\[leer\]](#)
- Se publica el catálogo de los Premios Delta 09. [\[leer\]](#)

Eventos

- Formación. [\[leer\]](#)
- Concursos. [\[leer\]](#)
- Libros y publicaciones. [\[leer\]](#)
- Eventos. [\[leer\]](#)

Éxito del Diseña Forum



Arturo Aliaga. Consejero de Industria, Comercio y Turismo.



Imagen ponentes.



Julien Gabriel. Director de eventos especiales del Circo del Sol.



Pecha Kucha Night.

Los pasados días 9 y 10 de marzo se celebró el primer foro internacional "Diseña Forum" en el World Trade Center Zaragoza. El Departamento de Industria Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón aprovechando el cumplimiento de los 20 años de ejercicio en la promoción del diseño y a través del Cadi organizó esta iniciativa incluida también dentro del Proyecto Diseña más.

El foro titulado "El papel del diseño en la nueva sociedad" pretendía acercar opiniones y puntos de vista por parte de expertos nacionales e internacionales, de cómo el diseño juega cada vez más un importante rol en la sociedad en que nos desenvolvemos. Fue inaugurado por el Director General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, Carlos Javier Navarro Espada, y clausurado por el Consejero de Industria, Comercio Y turismo, Arturo Aliaga López.

La programación permitió disfrutar durante las jornadas de tarde de 9 ponencias (incluida la sesión de clausura) que aludieron en la primera sesión a como el diseño debe desenvolverse en este entorno complejo y en la segunda a como el diseño influye en diferentes aspectos de la gestión empresarial y de la propia actividad económica. Es muy importante destacar que algunas de las charlas entró de lleno en el ámbito de lo que se ha venido en llamar Design thinking, expresión también traducida por Diseño de servicios, como en el caso de la ponencia sobre Diseño y sostenibilidad de John Thackara, o el concepto innato de Sergio Azagra para pensar en el diseño global de la experiencia en la que se sumergirán sus clientes. Otras ponencias transmitieron aspectos relevantes para favorecer el pensamiento creativo, y para adecuar el diseño a las exigencias específicas de las mujeres o del entorno de Internet. Se pudo conocer también la estrategia de IKEA que se basa en lo que ellos llaman la democratización del diseño; las claves de la gestión de la marca (branding) que superan con mucho la utilización del diseño pero que no serían igual de eficaces sin él; o algunos principios básicos en el diseño de BOSCH. Mención especial para la conferencia de clausura a cargo de Julien Gabriel Director de Diseño del departamento de eventos especiales del Circo del Sol.

Las sesiones matinales permitieron participar en Workshops en los que los ponentes participantes mediante ejercicios y actividades prácticas transmitieron métodos, herramientas y técnicas aplicables en el desempeño de la actividad de diseñadores y gestores. El foro también tuvo continuidad por la noche ya que se contó dentro de la programación con el desarrollo de un Pecha Kucha Night. Un evento de mecánica muy particular donde 12 speakers presentaron inquietudes, opiniones, y/o proyectos relacionados con el diseño en 6 minutos y 40 segundos de tiempo máximo para cada uno de ellos.

El foro resultó un éxito con más de 600 inscripciones. De los asistentes se recogía su satisfacción por tener en Zaragoza un evento de esta altura relacionado con el diseño, el nivel de los ponentes y la organización. Las instalaciones estuvieron al nivel, permitiendo disfrutar de una buena realización, cómoda y fácilmente accesible para todos. Por si todavía no se ha podido disfrutar de dichas ponencias o se quieren recordar se pueden reproducir en www.disenaforum.com

Como se ha comentado Diseña Forum es una iniciativa incluida dentro del proyecto Diseña más, coordinado por el Cadi. En unos días se publicará la Orden que recoge la nueva convocatoria para el Diseña más 2010, por lo que quizás pueda originarse alguna otra actuación como el Diseña Forum.

CAF diseña el Tranvía de Zaragoza

El nuevo tranvía de Zaragoza es el primer exponente de la familia de tranvías Modulares Urbos III desarrollados por CAF. Este tranvía cuenta con las más avanzadas soluciones técnicas y representa un salto cualitativo en este tipo de vehículos

El vehículo está formado por 5 módulos construidos en aluminio. Dispone de 2 módulos con cabina, un módulo central y dos módulos suspendidos intermedios. El novedoso sistema de tracción del tranvía cuenta con un acumulador de carga rápida (ACR), el cual le permite circular por zonas sin catenaria de alimentación, recargando la energía necesaria en las paradas del trayecto.

La estética exterior del vehículo ha sido desarrollada por CAF con la colaboración del estudio italiano Giugiaro y su marca Italdesign. Este estudio de diseño cuenta con una amplia experiencia en el diseño industrial con especial detalle en el transporte. Suyos son los diseños de automóviles para Volkswagen o Alfa Romeo y diseños de ferrocarriles como el Pendolino.

Dentro de este diseño exterior CAF ha buscado un mayor aspecto aerodinámico y suavidad en las líneas, resolviendo la integración de diversos elementos como la iluminación y señalización externa, las cámaras retrovisores laterales o el cartel frontal de indicación de destino. Además el diseño cumple con la última normativa de accesibilidad para personas de movilidad reducida.

El interior del tranvía está concebido como un espacio diáfano, en el que el viajero puede desplazarse de extremo a extremo libremente y sin obstáculos. La distribución de asientos combina disposiciones longitudinales para aprovechar el espacio sobre bogie, con áreas diáfnas para permitir un mayor aprovechamiento de viajeros de pie. Los módulos suspendidos del tranvía están especialmente adaptados para los usuarios de silla de ruedas, de forma que existe espacio suficiente para albergar a cuatro pasajeros discapacitados, contemplando el necesario espacio para su maniobra en el interior y su desplazamiento hasta las puertas de acceso.

CAF utiliza simulaciones virtuales desde las primeras fases de diseño produciendo renders 3D de alta resolución desde diferentes ángulos, así como diferentes animaciones, para ofrecer al cliente una idea precisa del aspecto estético externo e interno. El proceso de revisión de diseño, previo a la producción, culmina con la fabricación de una maqueta física a escala real 1:1. de una parte representativa del vehículo. Esa maqueta se encuentra actualmente expuesta al público en la plaza de España de Zaragoza.

La maqueta a escala real es la herramienta final usada por el cliente y CAF para acordar la disposición general de elementos, su estética y su diseño, que quedará reflejado posteriormente en cada una de las 11 Unidades para el nuevo Tranvía de Zaragoza.



Exterior del tranvía.



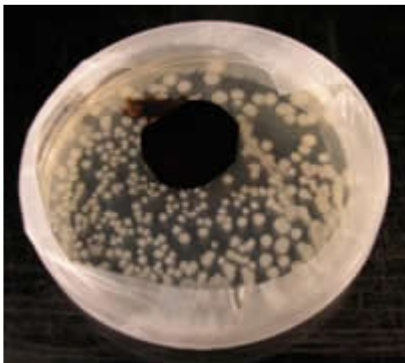
Interior del tranvía.



Exterior del tranvía.



Control en el cual no hay crecimiento microbiano.



Se puede observar que al existir crecimiento microbiano en la placa.

Grupo GUIA de la Universidad de Zaragoza desarrolla un envase inteligente que muestra si el alimento está en mal estado

El envase, es ahora la imagen del alimento ante los consumidores, es el aspecto visible del producto, además de su tacto, su color o consistencia. En un espacio reducido se han de incluir todos los datos propios del fabricante, así como ingredientes, información nutricional, denominación o publicidad, entre muchos otros. Pero estos datos, siendo interesantes, no son suficientes. En los últimos años se ha producido un gran cambio en los hábitos de consumo, que han provocado también una evolución en el modelo informativo acerca del producto, su origen o su precio. El consumidor demanda cada vez más información clara y concreta que le permita decidir si el alimento que adquiere es el que realmente desea. Además, pide conocer la trazabilidad y todos los datos que puedan estar relacionados con la seguridad del alimento.

De ahí que los envases hayan dejado de ser meros continentes de alimentos a elementos activos de la conservación y de los programas de marketing.

Por todo ello las nuevas investigaciones en la tecnología del envasado van encaminadas al desarrollo de envases inteligentes que sean capaces de indicar al consumidor el estado de los alimentos que contienen.

El indicador innovador que aquí se presenta está basado en compuestos naturales y reacciona ante la presencia de microorganismos generando un cambio de color fácilmente detectable, además presenta la ventaja de ser fácilmente adaptable a diferentes tipos de envases.

En el desarrollo del indicador se ha estudiado la influencia de un gran número de microorganismos patógenos y alterantes de los alimentos obteniendo en todos los casos resultados exitosos. El coste económico para las empresas dependerá del tipo de envase pero, en todo caso, su repercusión sobre el precio final será muy pequeña.

Otra de las aplicaciones en las que se trabaja en estos momentos es la adaptación del indicador para su incorporación en los recipientes utilizados en los hogares para almacenar comida una vez cocinada.

En las imágenes se puede observar el resultado obtenido en los ensayos in vitro. La fotografía 1 representa un control en el cual no hay crecimiento microbiano, mientras que en la fotografía 2, se puede observar que al existir crecimiento microbiano en la placa, se ha producido un cambio de color en la etiqueta indicadora fácilmente detectable por el consumidor. El indicador está basado en compuestos naturales y aceptado en el doxex alimentario, por lo que es completamente seguro para el envasado de alimentos.

Se ha trabajado además en la incorporación del reactivo indicador en etiquetas autoadhesivas. Estos permite obtener un indicador completamente versátil para poder aplicarlo en diferentes tipos de envases con escasos requerimientos del material de envase así como con ligeras modificaciones en la línea de envasado

La innovación desarrollada puede aportar un valor añadido



Detalle del pavimento.



Videopantalla central.

fundamental para las empresas alimentarias, dado que los consumidores son muy sensibles con todo lo relacionado con la salud y priorizan esta garantía sobre otras consideraciones. La aplicación de este sensor inteligente a los envases de alimentos permitirá garantizar la seguridad alimentaria, ya que se podrá evitar la ingesta de productos en mal estado. Hasta la fecha no se ha comercializado un sensor que proporcione esta información, por lo que el descubrimiento realizado por el Grupo GUIA de la Universidad de Zaragoza es pionero y de gran importancia para garantizar la seguridad alimentaria.

<http://i3a.unizar.es>

<http://i3a.unizar.es/grupo/guia-17>

[inicio] [titulares de grupo]

Mondo presenta sus últimas novedades en la Copa de Rey de Basket Bilbao 2010

En la pasada edición de la Copa del Rey de baloncesto, celebrada en Bilbao del 18 al 21 de febrero, Mondo presentó dos grandes novedades mundiales; su nuevo pavimento desmontable y una videopantalla de 4 caras.

El nuevo pavimento Fast Break Sytem 2, diseñado por el Dep. de I+D+i de Mondo, ofrece la mejor respuesta biomecánica para el desarrollo del juego, lo que garantiza al mismo tiempo el espectáculo y la seguridad para los jugadores.

Su innovador diseño aporta una ventaja competitiva clave para los gestores de una instalación polivalente: su montaje y desmontaje es tan fácil y rápido que se pueden disminuir sus tiempos a la mitad de lo que hasta ahora se necesitaba con todos los pavimentos existentes.

Otro aspecto fundamental es la posibilidad de disponer distintos acabados en haya, madera laminada, caucho o pvc, lo que cubre la totalidad de la demanda de la práctica de todos los deportes de sala y no solo el baloncesto.

Otra de las "joyas" del campeonato fue la videopantalla central Mondo de cuatro caras, con una superficie gráfica de 12 m2 en cada una de ellas, integradas en una estructura diseñada para tal efecto, dispuso de la última tecnología en leds.

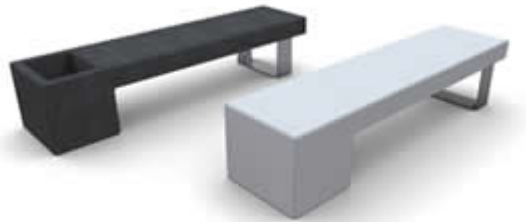
La versatilidad de esta videopantalla permitió que fuera utilizada como marcador durante el juego, con el sistema Mondovideo, y como soporte publicitario de los patrocinadores en otros momentos del espectáculo

www.mondoworldwide.com

[inicio] [titulares de grupo]

Nueva línea de mobiliario urbano para Ironland

La empresa Ironland ha presentado en la reciente edición de Expoalcaldía 2010 celebrada en Zaragoza sus nuevos modelos de mobiliario urbano que vienen a completar su gama de producto tradicional, así como posibilitar su incursión en



Bancos.



Aparca -bicicletas.



Bolardo.



nuevas aplicaciones.

Los nuevos diseños han contado con la participación de la empresa Línea Diseño. Se trata de una serie de bancos y papelera que continúan la línea marcada por la empresa, líneas puras y geométricas, estética actual y versátil, y combinación de materiales de calidad como hormigón, acero inoxidable o madera tropical.

En la concepción de estos nuevos productos se han tenido en cuenta los aspectos ergonómicos que permiten la mayor comodidad del producto, así como aspectos de uso como la limpieza o la instalación. A este respecto también se han tenido en cuenta posibles usos secundarios, como la utilización de una parte del banco como jardinera.

Dentro del proyecto se ha desarrollado un nuevo aparcabicycletas con una imagen diferenciadora, de carácter lúdico, relacionada con la función del producto. Se trata de un producto modular, cuya anchura puede variar en función de las necesidades y su ubicación. También se ha presentado un nuevo bolardo, que parece estar atornillado al suelo, haciendo un guiño divertido al usuario.

www.ironlandspain.com
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]

Illabo Internacional saca al mercado el comedero de pollos ideal para su alimentación, crecimiento y desarrollo

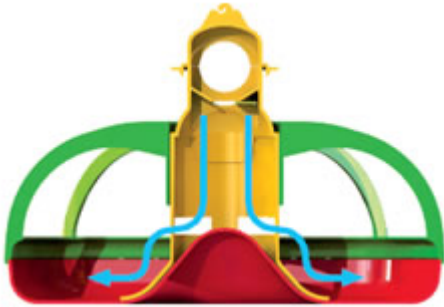
Después de muchos estudios, análisis y sobre todo, observación del comportamiento de los pollitos desde nada más nacer, hasta que son adultos, Illabo Internacional saca al mercado el comedero de pollos ideal para su alimentación, crecimiento y desarrollo. Un comedero que satisface las necesidades alimenticias del animal y las profesionales del ganadero.

El plato comedero para pollos tiene la función de suministrar pienso continuamente a los pollos de engorde. Estos comen en el mismo plato desde sus primeros días hasta que son retirados a los 50 días de crianza. Los platos deben permitir el acceso de los pollos desde su primer día de vida. Para ello su altura se va regulando a medida que el pollo va creciendo, elevando toda la línea del comedero, regulándose así la salida de pienso de forma automática por gravedad - para los pollitos la salida es mínima y se aumenta el caudal de pienso para los

Imagen del producto.



Imagen que muestra el sistema de sujeción.



Sección del producto.

adultos-.

La geometría del plato permite un llenado rápido y homogéneo, y tiene la suficiente conicidad para evitar que los pollos puedan llegar al tubo dosificador y quedar atrapados.

Diseñado especialmente para tener siempre pienso fresco, siendo nulo el desperdicio: un reborde en el contorno evita la caída de pienso al exterior, optimizando el aprovechamiento de pienso.

Cada cambio de crianza es necesaria la limpieza y mantenimiento de la línea y de los comederos. Toda la línea se eleva, por medio de accionamiento manual o automatizado. Un sistema de bisagra y clipado del plato permite una rápida manipulación para las operaciones de limpieza, y evita al granjero tener que desmontar los platos y volver a montarlos. Las formas redondeadas facilitan la limpieza con agua a presión evitando la acumulación de suciedad, y evitan daños accidentales del pollo con el comedero.

La sujeción del plato al tubo se realiza mediante apertura abatible, sin necesidad de quitar la espiral ni desmontar los tubos. La tajadera interior para criaderos permite cortar el flujo de pienso en determinadas secciones. Está incorporada en el cono interior, evitando al granjero tener que colocarla y recogerla. Gracias a la tajadera, no se llenan de pienso los platos que no se van a utilizar al principio de la crianza, evitando que se envejezca el pienso.

Se han seleccionado los colores que los pollos reconocen mejor.

www.illabo.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Carrito con asa antibacteriana.



Detalle del asa antibacteriana.

Araven lanza la primera cesta de la compra del mercado con asa antibacteriana

La empresa zaragozana ARAVEN ha lanzado la primera cesta de compra con asa antibacteriana del mercado. La Shop & Roll de 34 litros incorpora un asa fabricada con el primer agente antibacteriano y desodorante inorgánico desarrollado en el mundo, que evita la proliferación bacteriana, previene los malos olores, es apto para el contacto con alimentos y no produce irritación a la piel.

Muchos consumidores tienen la sensación de que el asa de las cestas de compra ha pasado por un número elevado de manos que podrían contagiarle alguna enfermedad y piensan que estos artículos deberían estar más limpios, especialmente en el caso de los supermercados de alimentación. La Shop & Roll con asa antibacteriana ofrece al usuario mayor confianza durante el proceso de compra al tiempo que permite al establecimiento mejorar su imagen de marca.

Las cestas Shop & Roll con empuñadura antibacteriana incorporan un adhesivo que lo indica en cuatro idiomas. El agente antibacteriano cuenta con las certificaciones de la Administración de Alimentos y Medicamentos, la Agencia de Protección Ambiental y la Fundación Nacional de Saneamiento de Estados Unidos.

El asa mejorada de la cesta de compra Shop & Roll es ahora, además, más resistente y ergonómica. Elimina los incómodos remaches y la forma redonda del tubo incrementa su resistencia a la flexión. Además, la sobreinyección de la empuñadura sobre el tubo asegura que ésta no se mueva porque el agarre es máximo.

www.araven.es

[inicio] [titulares de grupo]

La nueva tabla de corte de Araven permite a los hosteleros cumplir la normativa con un producto seguro, higiénico y duradero

ARAVEN lanza al mercado una nueva tabla de corte de polietileno, que se ajusta rigurosamente a la normativa que evita contaminaciones cruzadas y focos de infección. Frente a los problemas que generan a los usuarios otras tablas de corte, la empresa zaragozana ofrece un producto seguro, higiénico y duradero, gracias a sus patas de caucho en las esquinas, su codificación por colores y su reversibilidad.

La normativa prohíbe el uso de trapos de tela (que se colocan debajo de la tabla para que no deslice) en las cocinas, por su porosidad, así como el empleo de tablas de madera, que retienen humedad y se convierten en focos de infección. ARAVEN da respuesta a la necesidad de una tabla segura, que



Nueva tabla de corte.



In&On Silvania.

no deslice, incorporando apoyos antideslizantes -permanentes- integrados por sobre inyección. Estas esquinas de caucho van unidas al cuerpo de la tabla, impidiendo que se caigan y se pierdan en los procesos de lavado.

De otra parte, la norma obliga a no mezclar alimentos cuando se manipulan en la tabla, por lo que recomienda el empleo de tablas de diferentes colores, a fin de evitar contaminaciones cruzadas. Sin embargo, los usuarios prefieren las de fondo blanco porque el color esconde la suciedad. ARAVEN hace compatible la normativa y la preferencia del consumidor con la codificación de colores de las esquinas, de modo de cada color identifica un tipo de alimento a manipular: rojo para la carne cruda, amarillo para la carne de aves cruda, verde para las frutas y hortalizas, azul para el pescado crudo y blanco para la panadería y los quesos. Además, la nueva tabla es reversible, característica que alarga su vida útil. Permite el lavado en lavavajillas y se encuentra disponible en tres medidas diferentes.

www.araven.es

[inicio] [titulares de grupo]

In&On Silvania de Imaginarium, un juego estimulante lleno de actividades

En el proceso de conceptualización y diseño de este producto, se marcaron desde el briefing inicial varias pautas que se han mantenido durante todo el proceso y que evidentemente en cada una de las fases se fueron matizando en función de los materiales, costes y funciones.

Producto básico-clásico

Se quería conseguir un producto básico de primera infancia a la vez que un producto fresco y nuevo. Algo a priori sencillo pero que no lo es tanto dentro de la propia oferta de producto de la empresa. Se trataba de crear un futuro clásico dentro de Imaginarium, es decir, un producto muy completo a todos los niveles: jugabilidad, funcionalidad, tamaño. muy competitivo en precio e intemporal. Se comenzó para ello eligiendo las bolas como un elemento principal. Algo muy básico en sí mismo dentro de primera infancia pero que sin duda tiene un componente mágico e incluso mítico. Todo el producto se creó alrededor de las bolas.

Centro de actividades

Se pretendía que el producto en sí mismo fuese un centro de actividades, en el sentido que un sólo producto pudiese proporcionarnos la solución para muchas horas de juego. El producto ofrece un elevado número de actividades, desde las más evidentes como la rampa de bolas a otras que no lo fuesen tanto e invitasen al niño a descubrirlas. En total se han descrito unas 10 actividades en este producto.

Máxima jugabilidad - Máxima interacción niño-producto

Una de las principales preocupaciones fue la de la jugabilidad. Cada elemento, cada pieza debía estar diseñada para dar respuesta a algo y así fue a lo largo de todo el proceso. Aquellas piezas o elementos que no cumplían con este axioma fueron paulatinamente eliminados o transformados. La electrónica fue también dejada de lado conscientemente en este producto en aras a que el niño fuese protagonista-actor del juego, y en ningún momento espectador. La parte de contemplación-magia se limitó al descenso de las bolas por la rampa.

Por supuesto, el tema de la seguridad y calidad está implícito en todo el proceso ya que se está hablando del rango 0-3 años.

www.imaginarium.es

[inicio] [titulares de grupo]

Juguetes Divertoys verano 2010

La empresa Divertoys lleva muchos años en el mercado del juguete apostando por la innovación y el diseño.

Su valor diferencial ha sido la gran apuesta que hizo hace 14 años por la utilización de guías de estilo licenciadas por Mattel, Warner, Pocoyo. y un largo etc. También ha apostado por ilustradores como David Guirao, con quién colabora hace años, y con diseñadores de estudio Novo por los que apostó desde un inicio. Desde entonces Novo y Divertoys desarrollan todos los años una nueva campaña del juguete en la cual se pueden encontrar variados diseños: camiones, triciclos, cubos de playa, regaderas. hasta juegos de petanca.

www.divertoys.com

www.estudionovo.es

www.davidguirao.blogspot.com

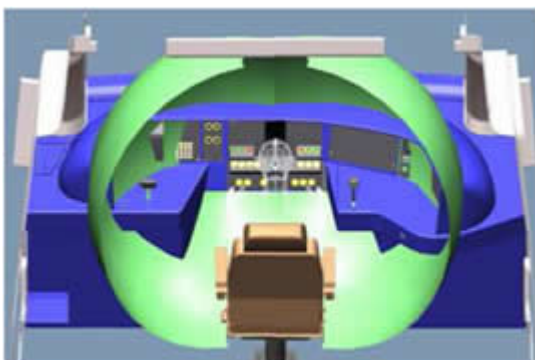
[inicio] [titulares de grupo]



Flotador de Pocoyo con agarradera y respaldo.



Mochila de Ben10.

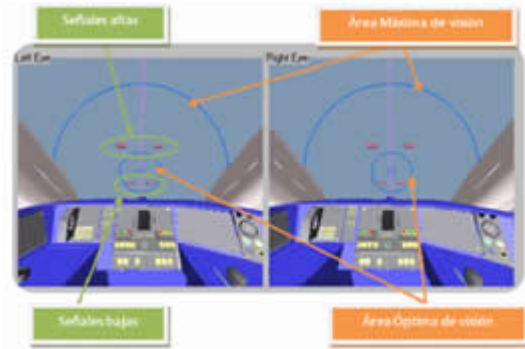


Alcances en un puesto de conducción de Metro Madrid.

Diseño Ergonómico de Puestos de Conducción en Vehículos Ferroviarios de CAF

En la amplia gama de vehículos diseñados por CAF (desde tranvías a locomotoras pasando por trenes de Alta Velocidad) el diseño del puesto de conducción se realiza teniendo en cuenta una gran variedad de factores, siendo uno de los fundamentales el factor ergonómico.

En el área de conducción se encuentran los mandos fundamentales del tren, y se recibe la información necesaria para que el conductor opere el vehículo adecuadamente. Esta información puede ser aportada por los distintos elementos del pupitre de mando (pantallas pilotos señales o mensajes acústicos) así como información recibida del exterior y de vía (señales y semáforos) En la fase de diseño debe analizarse que la interacción del conductor con estos elementos de mando y la recepción de esta información sea optima desde el punto de vista ergonómico. Para ello se pone especial énfasis en el



Campos visuales en un puesto de mando de Metro Madrid.



Alcances para el 95 percentil masculino en un puesto de conducción de Metro de Delhi.



Alcances para el 5 percentil femenino en un puesto de conducción de Metro de Delhi.

análisis ergonómico priorizándolo sobre otros aspectos del diseño.

Este análisis ergonómico se realiza basándose en modelizaciones 3D y maquetas a escala real que permiten obtener conclusiones previas a la fabricación de los trenes. Para ello CAF cuenta con herramientas específicas así como con la colaboración de ergónomos independientes, con amplia experiencia en el campo del transporte.

Un primer punto a tener en cuenta es el grupo de población para el que se diseña el puesto, generalmente se utiliza el rango contenido entre 5% percentil Femenino a 95% percentil masculino. Cualquier conductor dentro de este rango puede hacer uso del vehículo con una ergonomía correcta y adecuada.

El estudio de los alcances a todos los elementos del puesto de conducción, su frecuencia y las posturas que debe adoptar el conductor, se analizan siguiendo métodos contrastados como RULA o RAMSIS. Los resultados de este análisis postural y de alcances, aporta un primer feedback, necesario para reubicar o rediseñar elementos con el fin de mejorar alcances y posturas.

Otro estudio necesario en los vehículos ferroviarios diseñados por CAF es el de los campos visuales del conductor. Estos deben cumplir con las normativas aplicables a cada administración ferroviaria. Este análisis cobra mayor importancia en el caso de vehículos que circulan por plataformas compartidas: Metros ligeros y Tranvías. En estos casos el conductor debe poder alcanzar un campo visual de 180°, para poder considerar en la conducción todos los elementos exteriores al vehículo.

También se considera en estos diseños desde el punto de vista ergonómico el análisis de información en cognitivo. Este análisis consiste en priorizar las informaciones y acciones realmente necesarias para la conducción, ubicando físicamente las zonas a observar o interactuar en las áreas de mejor prioridad y alcance desde el punto de vista ergonómico. Para ello no solo se debe actuar sobre la ubicación de los elementos, sino también contar con los campos de visión óptimos del conductor.

CAF aplica estos diseños ergonómicos en todos sus vehículos. Un buen ejemplo de ellos son la familia de tranvías URBOS III, los nuevos Metros de Madrid y la lanzadera para Metro de Delhi

www.caf.es

[inicio] [titulares de grupo]

Monorraíl en la feria BCN Rail 2009

I.S.M. ha presentado el monorraíl que, con la colaboración de la firma ACTIVA DESIGN, ha desarrollado en 2009 para modernizar la imagen y optimizar el construido y puesto en servicio en 2008 en el centro comercial Plaza Imperial de Zaragoza. En esta feria, cuya segunda edición se celebró entre el 30 de Noviembre y el 3 de Diciembre, participaron más de cien expositores todos ellos relacionados con la construcción y



Imagen de monorrail.



Imagen del interior.



explotación de los sistemas ferroviarios de transporte urbano. Los monorrailes son sistemas muy adecuados para la integración del tránsito urbano y comercial resolviendo con calidad aplicaciones que no demandan el transporte masivo de personas. El stand de I.S.M., ha despertado la atención de la mayoría de los visitantes a la feria gracias a la originalidad y modernidad del diseño del vagón presentado.

www.ismnieve.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Barritas de Chocolate Lacasa, creciendo en el mercado del chocolate

Chocolates Lacasa sigue aumentando sus referencias en el mercado de las tabletas de chocolate, esta vez a través de las barritas de chocolate (chocolatinas) de 4 porciones. Para ello, la empresa aprovecha el reconocimiento de los consumidores de su concepto de marca (tradicional, con experiencia, original, con gran variedad.), y el camino ya realizado por las tabletas de chocolate, para lanzar las barritas apoyándose inicialmente en 3 variedades de gran aceptación 70% Cacao, Trufa y Crema Catalana.

Gracias a la versatilidad del diseño realizado para la onza de las tabletas de chocolate por Línea Diseño, la chocolatina está formada por 4 de estas porciones en forma asimétrica, dando una imagen actual y apetecible.

El diseño del embalaje, también realizado por Línea Diseño, consigue transmitir la idea de producto con aspecto chocolatero de gran calidad, apetitoso y fiel a la imagen reconocida de Chocolates Lacasa. Además comunica con eficacia el contenido del producto y deja un sistema de comunicación estructurado y capaz de absorber nuevas incorporaciones de variedades sin que suponga ninguna distorsión a la línea de producto.

El sistema de packaging incluye el diseño de estuches mono variedad que sirven como expositor-contenedor y expositor de estuches variedades para el canal impulso, todos ellos con una homogeneidad de aplicación de marca de producto Lacasa.

www.lacasa.es
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]



Expositor de los nuevos productos.



Nueva botella Ambar Real Zaragoza.

Nueva botella Ambar Real Zaragoza

Las botellas Ambar Real Zaragoza han sido diseñadas por Versus. Son botellas monobloc de aluminio cuya utilización ha obligado a realizar una adaptación en las líneas de envasado dado que aunque el material es similar al de las latas, resultan inestables por su altura. Su capacidad es de 33cl.

Las botellas debían responder a las expectativas de los aficionados y seguidores del equipo de fútbol siempre atentos a iconografías propias.

El briefing era muy cerrado y las premisas del trabajo de diseño eran claras: reflejar los valores cromáticos de las equipaciones oficiales del Real Zaragoza (rojo, avispa y blanquillo), incorporar el escudo oficial y el león, "Ruge Zaragoza" como vínculo emocional de marca, reservar un "estándar" corporativo de Ambar en la parte superior donde prevaleciera el rojo. Además se debía acentuar el tono "deportivo" en la aplicación formal y destacar el aluminio a través de reflejos. De esta manera su apariencia final debía trasladar intangibles de mayor calidad y precio.

Las tres botellas Ambar Real Zaragoza son una edición limitada que se pueden conseguir en los establecimientos de hostelería. Su lanzamiento se acompaña de una campaña publicitaria original y "surrealista", descontextualizada del típico forofismo futbolístico con el lema "No son unas botellas cualquiera". Una persona que va vestida de botella del Real Zaragoza hace y dice cosas que podríamos señalar como "capacidades singulares": habla élfico, lee a Kant y entiende algo, le relaja planchar, destaca la nobleza del oso panda. Un collage donde la asociación mental libre hace el resto.



Enate Tapas.



Imagen de la etiqueta.

Claro, todo para destacar que el aficionado del Zaragoza es único.

www.cervezasambar.com
www.estudioversus.com

[inicio] [titulares de grupo]

Enate Tapas

Bodega ENATE acaba de lanzar al mercado el ENATE TAPAS. Es el primer vino tinto sin crianza elaborado en la bodega. Estamos ante un vino versátil y con cierto carácter todoterreno ya que su paso de boca fácil le permite acomodarse a la cocina de pinchos y tapas. Y todo ello sin renunciar a desenvolverse con soltura en numerosos maridajes: realza recetas de pasta, pescados en escabeche, etc..

En lo que refiere a la etiqueta, manteniendo el estilo clásico de las etiquetas de ENATE, tipografía, contenidos y forma, esta etiqueta es novedosa no solo por el estilo artístico.

La escena recorre la etiqueta en su totalidad; incluida la contraetiqueta. Presenta unos monos pintores (artistas). El primero, tras dibujar la palabra TAPAS (graffiti), es sorprendido por otro mono que sale del interior de la botella (efecto "trampantojo" que nos invita a mirar e interesarnos por lo que pasa dentro, el contenido de la botella, el vino). Mientras, otro mono pintor con aire desenfadado y simpático llega desde la contraetiqueta, donde ha pintado en cuatro idiomas (español, inglés, francés y alemán) la palabra "Vive" y nuestra Web: www.enate.es

Los monos pintores usan pinceles y copas de vino (lenguaje del vino) a modo bote de pintura. Su vestimenta es claramente juvenil y urbana. El mono que irrumpe desde el interior practica deporte, sobre una ola de vino que sale del interior (lenguaje de vino).

Es obra de Daniel García - Nieto, artista Zaragozano de 37 años de edad, relacionado con el mundo del cómic, periodista, especialista en comunicación y nuevas tecnologías.

www.enate.es

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevo packaging para Tolosana

Línea de Packaging para la conocida empresa de repostería, que refleja la idea de un producto ligero y cuidadosamente elaborado. Con diferentes ilustraciones y colores se distinguen varios productos dentro de la misma gama.

Este packaging está pensado como contenedor pero a su vez como elemento diferenciador que pueda ser usado a modo de regalo. La ilustración de cada "Crocant d'Amour", transmite una situación distinta para alguien especial

www.cubo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Packaging.

MONDO 3Nx: creación de nombre y marca a nivel mundial

Trabajo de comunicación integral: posicionamiento estratégico, naming, branding, desarrollo de identidad hasta el diseño del material de venta para fuerza de ventas a nivel mundial.

Mondo, multinacional líder en equipamiento deportivo lleva años de investigación y desarrollo de un nuevo e innovador césped artificial, con características casi similares al césped natural. Este nuevo filamento de estructura semi-cóncava de tres nervios asimétricos, facilita y mejora su resistencia y aumenta su capacidad de memoria dimensional. Es un producto englobado en la I+D+i en el que MONDO trabajó conjuntamente con el ITA y el IBV.

Finalmente el producto sale al mercado y requiere de un lanzamiento a la altura.

¿Porqué 3Nx?

La primera opción, al ser un producto innovador y líder, fue buscar un nombre que destacara dentro de la familia de productos MONDO.

Esta línea de trabajo se descartó y se propuso un nombre corto, con toque industrial y que no desentonara dentro de la gama de la Marca.

Es una fibra de 3 filamentos (característica claramente diferenciadora de la competencia), la "N" corresponde a la inicial de la palabra "nervio" (en castellano, italiano e inglés) y la "x" en minúscula, es una constante en productos MONDO de alta gama.

La gráfica representa la evolución y el desarrollo de esta nueva fibra, una de sus características principales es la capacidad de recuperación que tiene: una vez el pie se levanta del césped



Pack BOX 3Nx.





Nuevo diseño.



Nueva logomarca.

vuelve a su posición. Como el césped natural. Los colores de la grafica son los marcados en el catálogo general de Mondo para la linea de césped artificial, con unos elementos gráficos que simbolizan la evolución y la investigación.

Aplicación de la marca

Un llamativo pack, BOX 3Nx, para provocar una respuesta por parte de los potenciales clientes. Este pack contenía varios elementos: instrucciones, un cuentahilos, una probeta con la fibra del nuevo material, y una agenda corporativa de regalo para reservar cita con el comercial y un folleto descriptivo.

El objetivo de la gráfica y del packaging era representar la investigación y la profesionalidad invertida en el desarrollo de este nuevo producto, construyendo una caja de aspecto científico y tecnológico para que el comercial la enseñase al cliente, resaltando así los valores del producto.

www.cubo.es

[inicio] [titulares de grupo]

HERALDO.es, de estreno

El periódico digital de HERALDO cambia de imagen y reorganiza sus contenidos. Desde el pasado 6 de marzo, los usuarios de HERALDO.es pueden disfrutar de un nuevo diseño más moderno, claro y sencillo, que facilita su navegación por las distintas páginas y secciones y amplía la oferta informativa.

En esta nueva etapa de HERALDO.es, la actualidad aragonesa gana aún más peso, especialmente en la portada, donde las noticias de la comunidad ocuparán casi todo el espacio. Zaragoza, Huesca y Teruel tendrán sus propias secciones, con más autonomía, más contenidos y la última hora de las tres provincias, en una actualización constante.

El nuevo diseño refuerza la apuesta por la imagen, especialmente por la fotografía, que domina el tema más importante del día, que estará complementado con contenidos especiales elaborados por la redacción. Los usuarios podrán seguir también la actualidad de un solo vistazo repasando las imágenes más importantes de la jornada.

Los deportes también ganan presencia y pasan a ocupar un espacio fijo en la portada de la edición digital, con una columna en la que se podrá seguir la última hora de los equipos aragoneses, las jornadas de la liga de fútbol, las carreras de Fórmula 1 y todo lo relacionado con las disciplinas deportivas más populares en España y en el mundo.

Otro de los puntos fuertes del nuevo HERALDO.es será la cultura y el ocio. A la completa agenda que se ofrece desde hace unos meses se irán añadiendo materiales especiales, las aportaciones de varios blogs temáticos (de música, de cómic, de literatura...) que ya son una referencia y un seguimiento exhaustivo de lo que pasa en el mundo de las artes y del espectáculo, con especial atención a los creadores aragoneses.

[inicio] [titulares de grupo]

Identidad corporativa para Seventyeight

Seventyeight es una nueva empresa afincada en Zaragoza especializada en dirección y gestión de obras e interiorismo de espacios comerciales y hoteleros. Con una amplia experiencia en el sector y provenientes de una empresa puntera a nivel europeo, su equipo directivo apuesta por la implantación de un sistema de gestión de obra importado de USA, cuyos clientes principales son estudios de arquitectos y departamentos de expansión de marcas comerciales.



Nueva logomarca.



Cartel ganador realizado por Inés Gran.

Línea Diseño ha desarrollado su logomarca y su manual de Identidad Corporativa, buscando desmarcarse de las soluciones más convencionales de empresas de la competencia, para acercarla a los entornos de sus clientes potenciales mediante una imagen minimalista y comercial.

La logomarca utiliza como símbolo el número que da nombre a la empresa, contribuyendo de este modo en su memorabilidad y legibilidad. El símbolo asentado en una base imaginaria está abierto, en construcción pero se intuye cimentado y sólido a la vez que estructurado y flexible.

Mediante una tipografía de palo recto se marcan con distinto peso visual las dos palabras que componen el nombre para favorecer su pronunciación y legibilidad. Un claim en inglés, reconocido por el sector, nos presenta la actividad y filosofía de la nueva empresa.

www.seventyeight.es
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]

Dicome

Empresa que se dedica a la comercialización y distribución de SUMINISTROS DE INTERES PARA RED ELÉCTRICA, solicita un cambio de imagen debido al crecimiento de la empresa. Tras estudiar detenidamente el caso se optó por una logomarca sencilla, impactante, con un diseño claro. Su ejecución y aplicación sobre diferentes soportes, desde cableado hasta vehículos requería la mayor pregnancia posible. Un trabajo que se completó con el desarrollo de toda la identidad corporativa, desde la papelería hasta la rotulación, flota, regalos.

www.cubo.es

[inicio] [titulares de grupo]

Una flor de celuloide para Ecozine

En el pasado mes de febrero la Asociación Cultural ECOZINE lanzó una convocatoria con la finalidad de elegir la imagen de la 3ª Edición del Festival Internacional de Cine y Medio Ambiente Ciudad de Zaragoza-ECOZINE, para sumar a los jóvenes artistas aragoneses en este festival que es de todos.

El cartel de la 3ª edición del Festival de Cine y Medio Ambiente Ciudad de Zaragoza fue seleccionada de entre más de 40 propuestas.

El cartel ganador ha sido realizado por Inés Gran, quien tiene una amplia trayectoria como ilustradora, maquetista y publicista. Inés Gran, señaló que la idea surgió de la admiración por las flores silvestres que nacen en ambientes hostiles, como las grietas del asfalto o del cemento, significando para ella la lucha por la vida en las condiciones más desfavorables.

Gran, comentó que era el mismo esfuerzo que afrontan las personas, con imaginación y determinación, para sobrevivir en los lugares más inhóspitos del planeta. Para ella, el festival está con esas personas y piensa que a pesar de la aridez del terreno, puede crecer la ilusión.

Por su parte, el director de Ecozine, Pedro Piñeiro, celebró la participación de la gente en este concurso, y dijo que, "desde que se inició el festival, hemos querido dar participación a la gente, porque en definitiva, el festival es para ellos y para mostrar realidades distintas de este planeta a través del cine".

Piñeiro, recordó que el festival se realizará del 14 al 23 de mayo y espera que de nuevo el público acuda a esta cita de cine hecho en el mundo y comprometido con el planeta.

www.ecozine.es

[inicio] [titulares de grupo]

Stand del Ayuntamiento de Zaragoza para Feria Tecnimap

El Grupo Nabegos junto a Estudio Novo han realizado el diseño y la producción del Stand del Ayuntamiento en Tecnimap, feria relacionada con las nuevas tecnologías.

Este stand llamado "Entra sin llamar" representa un circuito informativo sobre la tarjeta ciudadana y otros avances tecnológicos.

En él se busca dar información sobre las nuevas infraestructuras y puntos de referencia en la ciudad. Los colores corporativos de su imagen se ven representados en sus paredes con un toque tecnológico y a la vez imaginativo contando con pantallas interactivas que sirven de elementos de comunicación.

www.gruponabegos.com
www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Vista lateral en 3D del stand.



Imagen 3D en perspectiva del stand.



Identidad Visual y ambientación para Diseña Forum

Con motivo del primer evento Diseña Forum, y en colaboración con el CADI, (Centro Aragonés de Diseño Industrial), Breaking Time Design, desarrollo la identidad visual y elementos de ambientación para tal evento, consistentes en: logotipo, audio visual de la programación, transiciones de pantalla para el acto, pantalla e-mail, señalética y elementos de ambientación temáticos del evento.

Dentro de apartado señalética y ambientación, el briefing, solicitaba: singularidad en los elementos, innovación, pero sobre todo producir el menor impacto medio ambiental, así como poder recuperar todos los elementos sin producirles ningún daño, para poder ser reutilizados.

Conceptualmente hablan de los temas centrales de Diseña Forum "el papel del diseño en la nueva sociedad", centrados en medio ambiente, innovación, economía y sociedad. un árbol,



Imágenes del acto y señalización.



El IES Pedro Cerrada de Utebo fue galardonado en electrónica.



Imagen de los premiados.

dándole trazos más amables y cercanos a la gente. Se trabajó con este símbolo por ser un icono universal representativo del medio ambiente.

Constructivamente, los elementos de ambientación, se resolvieron con dos plantillas planas cruzándolas perpendicularmente y encajándolas en el eje central, creando un volumen totalmente cilíndrico.

La señalética se resolvió con la misma idea, pero utilizando dos formas distintas, una, la principal que daba soporte a los vinilos y la segunda el pedestal.

La simplicidad en la fabricación e instalación, hicieron que estos elementos fueran los mejor valorados.

www.breakingtime.com

[inicio] [titulares de grupo]

Entrega de premios Don Bosco al diseño y a la innovación tecnológica en su XXIII Edición

El pasado 25 de febrero tuvo lugar la entrega de premios Don Bosco al diseño y a la innovación tecnológica en su XXIII Edición.

El objetivo de estos premios es estimular las capacidades innovadoras de los alumnos, fomentar la investigación, crear conciencia de investigación entre los futuros técnicos de las empresas y potenciar actitudes emprendedoras.

Unos premios que, gracias a la constancia de los organizadores, especialmente del salesiano Mario Rubio, se han convertido en un referente para todas las escuelas de Formación Profesional de España y, poco a poco, también de otros países europeos, pues en esta edición han participado también otros centros de Francia e Italia.

Hubo nueve premios añadiendo los accesit. La teleasistencia para discapacitados en silla de ruedas, una pantalla multitáctil y el estudio sobre el efecto de los campos electromagnéticos se llevaron la recompensa.

www.premiodonbosco.es

[inicio] [titulares de grupo]

II Semana del Diseño en la EUITI

Por segundo año consecutivo, la Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica Industrial de Zaragoza albergó el ciclo de

2ª SEMANA DEL DISEÑO

Diseño y Comunicación



Imagen de las Jornadas.



Imagen de las Jornadas.



conferencias y talleres "Semana del Diseño". En esta segunda edición, desarrollada los días 8, 9 y 10 de Marzo, el tema era "Diseño y Comunicación", lo que permitió centrar la atención en temas como el diseño gráfico aplicado a producto, la importancia de la imagen de marca, o la aportación de la fotografía de producto a la comunicación de las cualidades de éste, además de en el potencial comunicativo de los objetos como signos.

Los ponentes que intervinieron este año fueron Enric Satué; diseñador gráfico de gran prestigio y premio nacional de diseño, Siqui Sánchez; fotógrafo especializado en fotografía industrial y corporativa, Juan Carlos Arranz; consultor especializado en aspectos de gestión de marca e imagen corporativa, Línea Diseño; estudio de diseño de Zaragoza con gran experiencia en el desarrollo de producto, envase y embalaje e imagen gráfica, Simon T. Downs; diseñador gráfico y de comunicación, y profesor en la Loughborough University, y La Mamba Estudio; estudio de reciente creación, establecido en Valencia, y que cuenta con una presencia cada vez más destacada en el mundo del diseño por sus aportaciones en torno al desarrollo conceptual de productos.

Los distintos eventos programados, dirigidos particularmente a estudiantes pero abiertos al público en general, contaron con una elevada participación y el apoyo de instituciones como el Ayuntamiento de Zaragoza y la Cámara de Comercio, a través de la Fundación Basilio Paraíso.

www.unizar.es

www.egrafica.unizar.es/semana2010

[inicio] [titulares de grupo]

IV Jornadas sobre la Práctica del Diseño Escuela Superior de Diseño de Aragón

Del pasado 13 al 15 de abril tuvieron lugar en la Escuela Superior de Diseño las cuartas Jornadas sobre la Práctica del Diseño. En ellas participaron los diseñadores Javier Mariscal y Pep Carrió y los estudios Loreak Mendián, Moneo Brock y ZooCreative Estudio.

En esta edición el tema central de las Jornadas fue el diseño como valor añadido a los productos. El diseño se considera un producto más y la misión del diseñador es cada vez más decisiva y global, destacando estratégicamente la mercancía y mostrándola como un bien adicional a la necesidad o al apetito que genera su consumo, explicaron sus organizadores.

Desde su inicio, las jornadas se plantearon como objetivo la reflexión sobre el diseño. Tenían un título genérico y un subtítulo. El título, Jornadas sobre la Práctica del Diseño, destacaba la práctica. La docencia el acercamiento a la práctica profesional a través de las experiencias de los ponentes.

El subtítulo de las jornadas apuestaposible.es era un juego tipográfico que sugería el carácter experimental e innovador que a estas enseñanzas se les exige. Las actividades incluyeron ponencias, talleres, mesas redondas y la exposición "En construcción", con la intervención de los ponentes.

Además desde el pasado día 13 y hasta el 30 de abril, tuvo lugar la exposición de las jornadas con el título "En construcción".

En ella se encontraban elementos aportados por los ponentes que intervinieron en estas IV Jornadas sobre la práctica del Diseño.

Javier Mariscal, el estudio Moneo Brock, ZooCreative, Pep Carrió y Loreak Mendián mostraron mediante bocetos,



Javier Mariscal.

maquetas, video, desarrollo y materiales, los diferentes procesos creativos y de producción que implican encargos específicos.

No fue una exposición al uso, ya que no presentaron únicamente el resultado final, sino que desvelaron la parte más desconocida de su trabajo, el proceso por el que se llega a un diseño, desde sus inicios hasta el producto final.

www.esda.es

[inicio] [titulares de grupo]

"Nuevos formatos: Comunicación, lenguaje y videoarte"

El pasado mes de febrero la empresa Formas Comunicación impartió el curso "**Nuevos formatos: Comunicación, lenguaje y videoarte**", dentro del programa de formación en audiovisuales, del Instituto Aragonés de Empleo (INAEM).

El objetivo del curso era conocer la pluralidad temática, la diversidad de enfoques, medios y técnicas de vídeo para la expresión artística, que estimulasen el interés por la creatividad y aumentasen las posibilidades de imaginar nuevos proyectos y formatos audiovisuales.

Su título: "**Nuevos formatos: Comunicación, lenguaje y videoarte**", vino dado porque la empresa pensó en acercar ideas diferentes, originales, honestas e indecentes, auténticas, amables, incómodas,..., que aportasen información sobre lo que ocurre a nuestro alrededor, que aumentasen la experiencia o las posibilidades de hacer o pensar proyectos audiovisuales nuevos. Porque esa era la intención de la empresa, incrementar la capacidad de ver, con otras maneras de mirar la realidad, para desafiar las convenciones y los conceptos arraigados, y tal vez, para encontrar otras maneras de hacer las cosas (o seguir haciendo lo mismo).

La idea era explorar la relación entre el video como forma de arte contemporáneo y la televisión para ampliar el campo de visión a los participantes, en términos de tecnología, contenido y alcance histórico. Los ponentes fueron Alex Francés, Toni Serra - OVNI, Emilio Álvarez - Loop Barcelona, Cecilia Barriga y Nico Casavecchia y Frankie de Leonardis de Boolab.

www.formascomunicacion.com

[inicio] [titulares de grupo]

VI Encuentro de diseñadores en Zaragoza

El próximo mes de mayo se celebra un año más el Encuentro de diseñadores, organizado por la Asociación de Empresarios Diseñadores Industriales de Aragón DIN-A.

Como en ediciones anteriores, el encuentro, cuyo objetivo es acercar la promoción del diseño al público en general, cuenta con la participación de importantes figuras a nivel europeo. En esta ocasión, se contará con la presencia de Mercedes Amorós, de Humana Diseño.



Imagen del acto "Diseño a Bocados".



estudio
camaleón

Zaragoza
ayuntamiento

Además, se celebrará una nueva edición del "Diseño a Bocados", evento en el que colaboran diseñadores, artesanos y restauradores de Aragón, dando lugar a las tapas más originales.

www.din-a.org

[inicio] [titulares de grupo]

Exposición Estudio Camaleón. 20 Años. 1990-2010

Del próximo 21 de mayo al 25 de julio, tendrá lugar la "Exposición Estudio Camaleón. 20 Años" en la primera planta del Ceentro de Historia de Zaragoza.

Esta exposición pretende celebrar, con toda la ciudad, el veinte aniversario de la creación en Zaragoza de un proyecto empresarial de servicios de diseño gráfico y comunicación visual, Estudio Camaleón, que desde su inicio se ha orientado significativamente hacia proyectos creativos y comunicativos de índole social, artístico y cultural.

La exposición recorrerá cronológica y temáticamente (por especialidades del diseño gráfico y la comunicación visual) la trayectoria del estudio desde su inicio hasta la actualidad, a través de una selección de trabajos realizados a lo largo de todo este periodo por los distintos componentes que han configurado cada una de sus etapas.

El grueso del material expositivo serán reproducciones en impresión digital sobre vinilo. Las piezas originales (en el caso de ilustraciones u originales en volumen), y el material impreso (papelерías, folletos, revistas, libros, catálogos, carteles, packagin, objetos promocionales...) irán protegidos por enmarcaciones o se colocarán en vitrina. Se completará con rotulaciones de sala en recorte de vinilo, textos explicativos acompañados de documentos fotográficos sobre paneles (puede ser en impresión digital) y cartelas. Se plantea la posibilidad de algún elemento tridimensional en gran formato, como puede ser el anagrama de Estudio Camaleón.

También se contempla algún material audiovisual en monitor (dos pantallas), y una proyección de vídeo a mayor formato con un breve documental.

La exposición se completaría con la aportación gráfica y literaria de una serie de diseñadores, fotógrafos, artistas plásticos, escritores, periodistas..., que han tenido especial relación con Estudio Camaleón, a los que invitamos a colaborar con una obra de libre elaboración, aunque manteniendo un formato y características que unifiquen su instalación

[www. estudiocamaleon.com](http://www.estudiocamaleon.com)

[inicio] [titulares de grupo]

Navidad dulce

La forma más tradicional de felicitar la Navidad es mediante una postal. Desde Cubo, se quiso felicitar a sus clientes de esta forma pero con un toque diferente y sobretodo muy dulce.

Se crearon cajas en forma de sobre con un mensaje muy claro y el logotipo de Cubo como sello. El contenido era una postal de chocolate blanco con el sabor de un buen bizcocho como base. Se imprimió el texto de la felicitación de la postal en tinta comestible:

"Cubo te desea un año esponjoso, hecho artesanalmente con harina, mantequilla, 4 yemas, algo de mazapán y por supuesto, muy dulce"

www.cubo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Felicitación de Navidad.

Mario Ruiz forma parte de la publicación "Bravos" de Juli Capella

Hay muchas razones para que quienes trabajamos en el mundo del diseño en España estemos muy agradecidos a Juli Capella. Lleva muchísimos años promoviéndolo, empujándolo y ayudándonos. Y desde registros infinitos: fundando revistas, publicando libros, dirigiendo instituciones como el FAD o formando parte del Consell Nacional de la Cultura y las Arts, comisariando exposiciones, escribiendo en los diarios, participando activamente en prestigiosas cabeceras como Domus, engendrando eventos, como la Primavera del Diseño o el Año del Diseño. Una lista abrumadora que escribe una parte importantísima de la historia de nuestro diseño.

Su energía nos admira. Porque no se agota y es generosa con los demás. Ahora acaba de publicar una monografía que lleva el título de "Bravos". Diseño Español de Vanguardia" (Lunwerg editores). Una selección de 21 diseñadores que, para él, representan "los principales talentos del nuevo diseño español". Una mirada renovadora de la realidad de la profesión en nuestro país. La selección muestra la multiplicidad de enfoques que existe. Desde los dos mejores embajadores que



Imagen del libro.



Imágenes del interior en las que aparece Mario Ruiz.



Imagen final del producto.

tenemos: Patricia Urquiola y Jaime Hayón; al único Premio Nacional del volumen, Toni Arola, pasando por otro profesional con cientos de registros como Capella, Ramón Úbeda. Así hasta 21.

A nosotros nos enorgullece que él haya considerado que nuestro trabajo merece estar en esa selección formando parte de una realidad "tangible y consolidada".

Una vez más, BRAVO por Juli.

www.marioruiz.es

[inicio] [titulares de grupo]

Cubo industrial de 60 litros Pertenece a la publicación Proyecto Diseña Vol II

Fabricantes de menaje, FAMESA fabrica y comercializa productos en plástico para hostelería, industria, limpieza, menaje y ordenación. La empresa participó en el Proyecto Diseña en 2004, desarrollando un proyecto consistente en un nuevo cubo selectivo, ecológico, de unos 60 litros y de apertura con pedal y ruedas, que respondiese a las demandas y necesidades de los clientes en cuanto a funcionalidad, uso y color. Además el producto debía ser encajable facilitando así su distribución y almacenamiento.

Como consecuencia de los análisis de mercado, se determinó que el nuevo producto debía incorporar mejoras de uso y estéticas logrando un grado claro de diferenciación respecto a la competencia y convirtiéndose en un referente de la gama y guía de estilo para futuros productos.

Por ello, las soluciones propuestas respondían a las necesidades prioritarias citadas (estabilidad, encaje entre unidades y sistema y modo de apertura de la tapa) además de proponerse nuevas ideas que aportaban valor añadido al producto. Finalmente se opta por desarrollar una solución que aportó resistencia y durabilidad y que contempló la factibilidad de cada una de las piezas que lo componían para su fabricación.

www.famesa.es
www.itmconsultores.com
www.sainzripolyasociados.es
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Luminaria circular y mejoras para instalación de luminarias Pertenece a la publicación Proyecto Diseña Vol II

Ilusol dedica su actividad al diseño y fabricación de productos de iluminación interior y exterior. La empresa formó parte del Proyecto Diseña en 2004, llevando a cabo el desarrollo una luminaria cuya instalación en techo debía de ser fácil y realizable por una sola persona. Además debía tener una estética diferenciadora respecto a la gama y responder a la demanda de iluminación con forma circular. Resultaba imprescindible tener en cuenta los costes de industrialización.



Imagen final del producto.



Logomarca final.

En los análisis de empresa, se detectó que Ilusol contaba con un buen posicionamiento de mercado y que era reconocida por su calidad y buenos acabados, pero sin embargo se detectó que no disponía de una luminaria circular que se diferenciase de toda la gama de producto. Se valoró también la sencillez de instalación.

Con estas conclusiones presentaron distintas soluciones de anclaje de la luminaria de las cuales se desarrollaron variaciones de la más valorada en la matriz decisional. En paralelo se generaron distintas estéticas para la luminaria definiendo los materiales y procesos necesarios para su fabricación. Finalmente se terminó el diseño del anclaje mediante una simplificación del mecanismo muelle -chapa y se retomó la alternativa mejor valorada en la fase anterior, dado que al desarrollar los elementos que compondrían la luminaria se detectó que alguna de las piezas resultaría complicada de producir para los medios productivos de que disponía la empresa.

www.ilusol.com
www.veaqualitas.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Rediseño de la identidad de empresa y de la marca Perteneiente a la publicación Proyecto Diseña Vol II

Gestiones Estudios y Realizaciones, en adelante GER, es una empresa del sector de la climatización, tanto industrial como agrícola y ganadera. La empresa formó parte del Proyecto Diseña en 2006, llevando a cabo el rediseño de la identidad visual de la empresa y de las marcas de GER, realizando su manual. La identidad y las marcas debían pertenecer visualmente al mismo conjunto y el rediseño no debía alterar el factor de reconocimiento de GER.

Como conclusiones de los análisis de empresa GER resultó para los distintos públicos objetivos, como una empresa de calidad, fiabilidad e innovadora que sin embargo debía potenciar la comunicación de estos atributos. La consultora recomendó a la empresa asentar la gestión de identidad de empresa y de marca y documentar todo lo referente a la identidad corporativa y marca, implantando herramientas que recojiesen información interna y externa que permitiese evaluar el estado de la empresa en estos ámbitos.

Con la información recopilada, se generaron varios conceptos para GER en los que se representaba el logotipo y las marcas asociadas. También se presentaron diferentes lemas que reforzaban la actividad de la empresa. Tras un test de concepto se presentaron posibles variaciones y ajustes del concepto seleccionado y una vez se sopesaron las mismas, se eligió la opción final y se llevó a cabo el manual de identidad corporativa y las normas para la marca GER y una de sus marcas asociadas. En definitiva se integraron todos los signos distintivos formando una familia cohesionada haciendo más fácil la aplicación y comunicación de todas ellas en los distintos soportes.

www.ger-sa.es
www.append.es
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]



Arturo y Miriam, creadores de la firma Guillez Doz.

Guillen Doz
(Entrevista con los creadores de la firma Guillen Doz)

Firma de moda, creada por los hermanos Guillen Doz, con sede en Barcelona.

Arturo y Miriam nacidos en Berbegal, Huesca (1977-1981) se forman como diseñadores de moda en Barcelona y Zaragoza.

Ponen en práctica sus conocimientos, trabajando junto a diseñadores como Ailanto, Josep Font y Spastor, resultando ganadores en varios concursos de moda y siendo seleccionados por un jurado internacional, para formar parte de la primera incubadora de Jóvenes empresarios de moda "Projecte Bressol", promovida por la Generalitat de Cataluña.

Así en 2008 nace Guillen Doz.

Sus prendas se caracterizan por una cuidada selección de tejidos y un estudiado patronaje, que proporcionan a la firma un "look" elegante y sofisticado, creando de este modo, un estilo limpio y retro futurista en sus colecciones.

En tan solo tres colecciones Guillen Doz ha conseguido posicionarse como una firma de pret-à-porter de gama alta con presencia en importantes boutiques multimarca, complementando y compartiendo espacio con grandes firmas de moda a nivel mundial. Vamos a conocer un poco más su forma de pensar...

¿Qué es para vosotros el diseño de moda?

De momento nuestro trabajo y apuesta de futuro, desarrollamos colecciones sofisticadas y elegantes que nos gusta ver en la calle.

¿Cómo entendéis la actividad de diseño, como algo puramente creativo que os permite expresaros, como una actividad creativa pero que ha de cumplir una importante serie de restricciones, .?

Desde luego un trabajo puramente creativo no lo es....., hay infinidad de factores técnicos que dejan la creatividad relegada a un segundo plano. Sobre todo si no cuentas como nosotros de una infraestructura empresarial que te libere de toda esa carga, la mayor parte del tiempo se pasa solucionando cuestiones técnicas o empresariales, pero de este modo los momentos creativos aunque pocos, son más intensos.

¿Pensáis en un usuario -edad, estilo de vida, poder adquisitivo. - determinado al diseñar vuestras colecciones, o pensáis más en situaciones y momentos de consumo de vuestros productos?

Más en el estilo de vida u ocasión de uso, pero de todas formas hacemos lo que nos sale en ese momento, es más bien nuestro estado de ánimo o nuestra situación lo que acaba influyendo la colección.

¿En qué os inspiráis, cómo es vuestro proceso creativo?

Nos inspiran muchas cosas en realidad todo lo que nos pasa o nos rodea puede contribuir a dar ideas para la colección.

¿En qué medida las tendencias coartan vuestra creatividad, sois anti- tendencias?

La verdad es que nunca nos fijamos en lo que se lleva o va a llevar, eso es algo que no nos obsesiona, al final lo que

hacemos ha de traducirse en ventas y no es seguro que por fijarte en una u otra tendencia vayas a vender más, pero hay cosas que se ven en la calle o que se palpan en el ambiente que sí nos influyen.

¿Es importante estar cerca de los centros de decisión en un mercado como el vuestro, hasta que punto es posible desarrollarse en vuestra actividad estando alejado en el día a día de las grandes urbes y sus centros de referencia en la moda?

Hoy en día hay muchos mercados y muchas formas de acercarte a ellos, nosotros estamos desarrollando nuestro trabajo desde hace unos meses en un pueblo de 500 habitantes en huesca y no hemos notado tanta diferencia, lo que sí hemos notado es un gran cambio en calidad de vida, pero nuestra colección se está moviendo en estos momentos por EEUU. Solamente tienen que estar bien resueltos la logística y la distribución.

¿Cuáles son vuestros objetivos a futuro?...

Poder seguir desarrollando nuestro trabajo como hasta ahora, despacio pero con pasos seguros.

Arturo y Miriam Guillen

www.guillendoz.com

[inicio] [titulares de grupo]

La empresa aragonesa Cubo, premiada doblemente por la Asociación Española de Profesionales del Diseño

La Asociación Española de Profesionales del Diseño (AEPD) ha distinguido a la empresa aragonesa Cubo con dos de sus premios anuales, que este año han celebrado su decimotercera edición. En concreto, el trabajo "Cubo dulce" se ha erigido con la máxima distinción en la categoría "Diseño gráfico. Elementos promocionales" y "Tolosana Catering" ha sido el mejor en "Diseño gráfico. Carteles".

"Estamos muy satisfechos con este reconocimiento porque supone un importante respaldo a una década de intenso trabajo. Estos premios gozan de gran prestigio en nuestro sector y los han logrado destacados profesionales como Manuel Estrada, Pepe Cruz Novillo, Roberto Turégano o Isidro Ferrer, que hasta ahora era el único diseñador vinculado con Aragón galardonado con ellos", ha explicado Carlos Callizo, director de la agencia de publicidad.

Cubo, que ya quedó finalista en 2006 con la campaña "Todos callamos, todos maltratamos", cuenta entre su amplia de cartera de clientes con instituciones y entidades como el Gobierno de Aragón, el Ayuntamiento de Zaragoza, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Dinópolis, Mondo, Bosch, la Feria de Zaragoza, Chocolates Lacasa, Imaginarium, Motorland, Rokelín o Grupo Bellvis.

Respecto a los trabajos premiados, Callizo ha comentado que "Cubo dulce" fue un producto con el que dieron a conocer a sus clientes la nueva identidad gráfica de la empresa: "Aprovechando el fin de año de 2008, les enviamos un estuche de pastas artesanas para felicitarles la Navidad y el Año Nuevo. El estuche era una caja de tipografías al estilo de los antiguos tipos de fundición, de manera que jugábamos con las ideas de tradición y modernidad".

En lo referente a "Tolosana Catering", se trata de una campaña que tuvo lugar en noviembre de 2008: "Intentamos resaltar la calidad de los productos preparados por nuestro cliente, Tolosana, presentando platos 'limpios' en los que los comensales, satisfechos, no habían dejado ni las migas", ha matizado.



"Tolosana Catering"



"Cubo dulce"

Los trabajos seleccionados para la final fueron elegidos por un jurado de profesionales del diseño, la arquitectura y las bellas artes entre los que figuraban, entre otros, Roberto Turégano, Ariadna Cantis Silberstein, Antonio Serrano y Nines Martín.

www.cubo.es

[inicio] [titulares de grupo]

Balay recibe ocho premios IF de Diseño

Una vez más la marca Balay ha sido reconocida con el IF Product Design 2010, en el apartado de electrodomésticos. Se trata de uno de los premios internacionales de diseño más prestigiosos de la industria, que en esta ocasión ha recaído en la nueva generación de aparatos de encastre lanzada al mercado por la marca Balay en el 2009.

Este galardón es reconocido mundialmente como una de las competencias más importantes de diseño del sector. Los productos participantes se juzgan no sólo por su diseño, sino también conforme a criterios como la calidad, el precio o la preservación del medio ambiente.

Los miembros del jurado evaluaron muy positivamente la originalidad en el diseño, innovación estética, funcionalidad y ergonomía de esta nueva gama de encastre.

Entre los aparatos premiados está la línea de hornos diseño Fusión Plus, con sistemas de apertura tanto lateral (3HB-539 XD, de apertura derecha o 3HB-539 XI, de apertura izquierda) como el exclusivo horno de carro (3HB-570 X).

Entre los destacados se encuentran productos novedosos no solo por su diseño, sino también por sus prestaciones, como los hornos multifunción pirolíticos con microondas (3HW-469 X) o un microondas sin plato giratorio que permite un mayor volumen útil en la cavidad así como una limpieza más fácil (3HW-459 X).

En cuanto a placas se ha valorado muy positivamente el modelo 3EB-928 L, una placa de inducción de tan solo 35 cm de fondo, con un diseño que permite tener los 3 fuegos en línea, permitiendo cocinar de forma más ergonómica.

Dentro de los modelos galardonados destaca la nueva placa modular de gas 3EB-1030 LB, con un quemador gigante de triple anillo y gran potencia, 3,6 kW. Esta placa modular puede ser combinada con otras placas modulares, de inducción, vitrocerámica, freidora, barbacoa, etc.

Además de estos reconocimientos IF del Diseño, las placas de gas de Balay han sido premiadas con otro prestigioso galardón, el Red Dot. Se trata de un modelo con los fuegos en línea y 35 cm de fondo, 3ETX-385 B, y el modelo 3ETX-379 B, de 70 cm de ancho, con programación de tiempo Touch Control para todas las zonas, que nos permite desconectar los quemadores de gas a tiempo, para que las recetas queden perfectas.

Estos premios a la innovación y el diseño son un ejemplo más del compromiso de Balay por mejorar el mundo de los electrodomésticos.

www.balay.es

[inicio] [titulares de grupo]



Horno Balay premiado.



Placa de inducción.



Placa modular de gas combinada con freidora.



icograda
IDA

ddi
Asociación Estatal para el Desarrollo
del Diseño y la Innovación

STRAIGHT TO BUSINESS

design week

madrid, spain • 21—25 june, 2010

Icograda Design Week Madrid 2010

La Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación, ddi, y el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico, ICOGRADA, organizan del 21 al 25 de junio, como parte de la programación de la Presidencia Española del Consejo de la Unión Europea, la Icograda Design Week Madrid 2010.

Bajo el lema "Straight to Business", durante una semana se va a desarrollar un intenso programa de reuniones y convocatorias, que aspira a reunir en Madrid a un amplio y diverso colectivo de profesionales, docentes e investigadores del diseño, empresarios y responsables de políticas públicas de innovación nacionales e internacionales.

El plato fuerte de la semana es la conferencia internacional, los días 24 y 25 de junio, en el aula magna del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de Madrid. Cerca de una veintena de profesionales y agentes del diseño de los 5 continentes compartirán experiencias y conocimientos con los asistentes, a través de ponencias y mesas redondas, y nos ofrecerán diversos enfoques y visiones del papel del diseño en la construcción de nuevos modelos sostenibles y responsables económica, social y medioambientalmente.

Han confirmado ya su presencia en la conferencia David Godber, Rachel Cooper y Chris Luebkehan de Reino Unido; Franco Moretti de Italia; Aneazi Modu y Bennet Peji de Estados Unidos; Luis Almeida de México; Lindy Jhonson de Australia; Soon In Lee de Korea, y **Thebe Ikalafeng** de Sudáfrica, entre otros.

La programación completa, **inscripciones y contenidos** de la conferencia, perfil de ponentes y otras informaciones de interés están ya disponibles en

www.icogradadesignweekmadrid.org

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)



Slider S2.

Siemens amplía la serie conmemorativa de sus 100 años de experiencia en planchado

Siemens es especialista en planchado desde hace más de un siglo. Desde 1903 hasta hoy, ha desarrollado planchas y centros de planchado que han aportado soluciones innovadoras, tanto para el cuidado de todo tipo de tejidos como para la comodidad y seguridad del usuario. Todo un mundo de experiencias aplicado al planchado de hoy... Y del futuro.

Ahora, gracias a la colaboración con ADN DESIGN, Siemens amplía la serie conmemorativa de sus 100 años de experiencia en planchado con el modelo Slider S2. Líneas rotundas y dinámicas para una plancha de vapor creada para que la tarea del planchado doméstico sea más fácil y agradable. Un mango que permite un agarre natural, un talón generoso para un apoyo estable la plancha, un cómodo y amplio recogecable y una punta que ofrece una gran visibilidad sobre las prendas, son alguna de sus características más destacadas. El modelo incorpora también el nuevo sistema "Advance steam system", que consigue incrementar y mejorar la penetración del vapor en los tejidos y ablandar las arrugas con rapidez.

La colección 100 años es un claro exponente de las altas prestaciones y el sofisticado diseño que ofrece Siemens en planchado.

www.siemens-home.es
www.adndesign.es

[inicio] [titulares de grupo]

El balón de fútbol para África

Le dicen "sOcket" al alimentador de electricidad del procesador de un ordenador. "Socket" es también muy parecido a "soccer", que significa fútbol. Entre ambos, y haciendo una extraña permutación de letras y tamaños, surgiría el "sOcket", un balón de fútbol eléctrico llamado a cambiar el mundo.

El "sOcket" captura la energía del impacto que normalmente se pierde cuando la pelota es golpeada y la almacena para su uso posterior. El balón genera en 15 minutos de partido la energía suficiente para alimentar una lámpara LED o cargar un dispositivo electrónico de pequeñas dimensiones.

Puede que no parezca gran cosa en nuestra iluminada sociedad, pero en África podría significar literalmente la diferencia entre la vida y la muerte. El fútbol es increíblemente popular en muchas naciones en desarrollo, en especial en las africanas. Los jugadores son capaces de patear la pelota alrededor de 8 horas al día, así que ¿por qué no convertir ese partido con prórroga en energía utilizable?

Ya sólo utilizando el balón para alimentar lámparas eléctricas, en vez de las lámparas de queroseno que utilizan diariamente casi mil millones de personas, se ahorrarían alrededor de 190 millones de toneladas de emisiones de carbono al año, el equivalente a lo que contaminan 38 millones de coches.

Estas lámparas además son terriblemente perjudiciales para la salud cuando se queman en el interior, con un perjuicio para los pulmones equivalente a la inhalación de dos paquetes de cigarrillos al día. De hecho las infecciones respiratorias representan el mayor porcentaje de muertes infantiles en países en desarrollo, más que el SIDA y más que la malaria.

El grupo que está detrás de la concepción del "sOcket" está formado cuatro graduadas de Harvard, que bajo el lema "cuatro chicas, un sueño" dan forma a una idea que surgió en una clase de Ciencias de la Ingeniería en la universidad. Ellas



Imagen de Socket, el balón de fútbol eléctrico.



Imagen de Socket, el balón de fútbol eléctrico.

mismas han probado recientemente la pelota en el sur de África, en varias zonas de Durban, Sudáfrica, y en algunos hogares en Nairobi, Kenia. Fue todo un éxito de aceptación, a pesar del tamaño algo grande de la pelota.

Los primeros prototipos utilizan un mecanismo de bobina inductiva similar a la que utilizan las linternas-dinamo que se iluminan agitando. El movimiento de una bola imantada a través de una bobina de metal induce la tensión para generar electricidad. Por cada 15 minutos de juego, la bola puede almacenar suficiente energía para iluminar una lámpara LED pequeña durante itres horas!

No es la primera vez que este sistema de generación se acopla en una pelota. Pero el sOccket está muy cerca de marcar el gol definitivo de la comercialización gracias a un matiz que podría resultar hasta contraproducente: se distribuirá exclusivamente en el primer mundo, en los países más ricos.

La idea es usar la fórmula "compre uno, done otro" aprovechando el inminente Mundial de Fútbol, que se celebra en Sudáfrica. Para ello el equipo de "sOccket" espera vender el balón en los mercados occidentales como un gadget de alta tecnología con connotaciones humanitarias, una especie de balón de oxígeno para los desfavorecidos que un europeo pudiera colocar en una aldea de Tanzania de un sólo zapatazo.

Una vez vendidos los balones a precio europeo, se utilizarían las ganancias para fabricar más balones y para distribuir las pelotas poco a poco, y sin ningún coste, en los países pobres a través de las ONGs y las organizaciones de ayuda al desarrollo.

www.soccket.com

[inicio] [titulares de grupo]

Custo diseña el maillot de la Vuelta Ciclista a España 2010



Custo Dalmau posa con el 'maillot' que ha diseñado.

Este año la Vuelta cumple 75 años y para celebrarlo han decidido vestirse de gala y encargar el diseño de su maillot a nuestro diseñador de camisetas más internacional: Custo.

El nuevo maillot que lucirá el primer clasificado de la general en la ronda española abandona el color dorado de las últimas ediciones y recupera el rojo que ya lució en 1945. La Roja, que así ha sido bautizado el diseño de Custo Dalmau, cuenta con un estampado negro de guepardo que simboliza a los ciclistas, entrecortado por una serie de líneas rojas a modo de las múltiples carreteras por las que transcurre la prueba.

En la elaboración del diseño se partía de una serie de premisas por parte de los organizadores de la prueba. Se pidió que el rojo fuese el color destacado, supone el diseñador que para darle un empuje por el tema de 'la roja', como se le llama ahora a la selección española de fútbol. Aprovechando ese idilio entre la afición y los jugadores, se ha querido hacer lo mismo con la gente del ciclismo. Y así, de esta manera, se mezcló el color de la piel del guepardo con un fondo rojo para conseguir un aire contemporáneo, no tan selvático.

En el estudio se propusieron una serie de ideas, pero la que pareció más coherente fue la del Guepardo. Ya que es el animal más rápido del planeta, parecía muy interesante la idea de llevarla al cuerpo del líder del pelotón. Este animal salvaje tiene la misma fuerza y garra que tienen los ciclistas a la hora de competir.

Este maillot no es más que una pieza conmemorativa de coleccionistas, aunque el oficial será muy similar y estará basado en este diseño.

www.custo-barcelona.com

[inicio] [titulares de grupo]

ZGZ Design happening

Este año, la Feria del Mueble de Zaragoza que tuvo lugar del pasado 14-17 de Enero, experimentó un elevado incremento de espacio respecto a su primera edición, motivado por el concepto que amparó la misma: "cualquiera tiene el derecho a exponer". El certamen tenía por visión entenderse como una feria accesible, en la que primaba la mera muestra del objeto.

Dentro de este marco, y con una filosofía semejante, se procedió a desarrollar el ZGZ Design Show, organizado y dirigido por La Mamba studio, en colaboración con DIDLAB Grupo de Diseño y Desarrollo de Producto, donde el diseño fue el eje básico que mostró a las empresas y la sociedad, como la creatividad y la innovación son el camino a seguir dibujando las oportunidades del capital humano, los nuevos modelos de negocio e investigación y los cambios sociológicos.

Los objetivos básicos que se pretendían eran:

- Concienciar al mundo empresarial de las posibilidades de la disciplina, un mundo no reservado a unos pocos, sino accesible a todos.
- Dotar al espacio de la feria de una actividad complementaria, lúdica y sorprendente.
- Acercar jóvenes valores del diseño a empresarios del sector, pudiendo dar lugar a nuevas relaciones.
- Ampliar la oferta cultural de la ciudad.

El workshop bajo la temática "Mundo viejo, mundo nuevo", fue desarrollado los mismos días de la feria y constituyó una





Imagen de una de los proyectos desarrollados.



puesta en escena en vivo, donde durante 3 días jóvenes diseñadores trabajaron en el desarrollo de proyectos, que fueron expuestos en la medida que fueron "saliendo del horno".

Se contó con la participación de la Universidad Politécnica de Valencia (ETSID), Instituto Europeo de Design de Madrid, Escola d'Art i Superior de Disseny d'Alcoi, Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica Industrial de Zaragoza y Elisava (Escola Superior de Disseny).

www.zaragozadesignshow.com

[inicio] [titulares de grupo]

Coolhunting, conociendo al consumidor del futuro

Bilbaodesignacademy organiza, por primera vez en Bilbao: Coolhunting, conociendo al consumidor del futuro. La jornada, que tendrá lugar en AlhóndigaBilbao el próximo 21 de mayo, ofrece ponencias y talleres de dos de los más importantes coolhunters de Europa.

Víctor Gil - sociólogo, consultor y autor del libro Coolhunting, El arte y la ciencia de descifrar tendencias - compartirá con los asistentes las bases teóricas y las herramientas del coolhunting.

www.victorgil.com

Carl Rohde - coolhunter, alma mater de la red mundial scienceofthetime.com y asesor de programas de marketing para multinacionales como Adidas, Bacardi, Microsoft o Philips - compartirá con los asistentes las tendencias más destacadas en Europa y liderará un taller sobre cómo aplicar estas tendencias a la definición de la estrategia empresarial y de marketing de su organización.

www.scienceofthetime.com

Y para finalizar la jornada, networking y visita guiada de las instalaciones de AlhóndigaBilbao.

Inscripciones: inscripciones@bilbaodesignacademy.com | T: 648 183 491 | Plazas limitadas

www.bilbaodesignacademy.com

[inicio] [titulares de grupo]

Cerrada la convocatoria de los Premios Nacionales de Diseño 2010

El 26 de abril se cerró la convocatoria de los Premios Nacionales de Diseño 2010, organizados por el Ministerio de Ciencia e Innovación, a través de la Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación, ddi, con la colaboración

de BCD Barcelona Centro de Diseño.

El más alto galardón que se otorga en el territorio español a diseñadores que destacan por su labor profesional y a empresas que utilizan el diseño con éxito en su estrategia de innovación, presenta diversas novedades en lo que respecta al procedimiento de convocatoria, concurrencia y dotación económica, equiparándose, así, al resto de Premios Nacionales. Concretamente, los ganadores de la modalidad profesional recibirán, por primera vez, una dotación de 30.000 euros.

Las candidaturas debían ser presentadas por personas o entidades distintas a los candidatos acompañando la solicitud y documentación en los formatos requeridos, así como tres cartas de apoyo a la candidatura firmadas por profesionales, organizaciones e instituciones con avalada experiencia en el ámbito del diseño y la innovación. Dicha documentación tenía que dirigirse a la Dirección General de Transferencia de Tecnología y Desarrollo Empresarial del Ministerio de Ciencia e Innovación.

En la modalidad profesional, se requería una trayectoria constante, reconocida y notoria durante al menos 15 años, con una aportación ampliamente reconocida a la cultura del diseño. En la modalidad empresas, se requería una trayectoria consolidada y ampliamente reconocida en el campo del diseño de, al menos, 10 años.

Los principales objetivos de los Premios Nacionales de Diseño, creados en 1987 por el Ministerio de Industria a propuesta de BCD, son: extender, potenciar e impulsar la cultura del diseño; promocionar el diseño en todos sus aspectos, destacando las manifestaciones ejemplares en la relación entre diseño y empresa por un lado y su incidencia cultural y social por otro; y llevar a cabo una labor pedagógica para la correcta valoración y comprensión del diseño por parte de la sociedad en general.

www.bcd.es

[inicio] [titulares de grupo]

Se entregan los premios del concurso "Mueble Selección CLM 2010"

La Mamba Studio, de Valencia, se alzó con el primer premio del concurso "Mueble Selección CLM 2010". El argentino Leonardo Alderete, afincado en Consuegra (Toledo) fue premiado por el mejor proyecto diseñado en Castilla-La Mancha. En la categoría de estudiantes, el premiado fue Florentino Puente, de Liérganes (Cantabria).

Los premios fueron entregados, durante el acto de inauguración de la XVIII Edición de FERMACAM, Feria Regional del Mueble y Afines de CLM, en Sonseca el pasado 17 de marzo.

El proyecto ganador en la categoría de profesionales, "Tloc", es un sistema de mobiliario extensible ideado para dar soporte a pequeños aparatos electrónicos tales como portátiles. Este proyecto es obra de La Mamba Studio de Valencia.

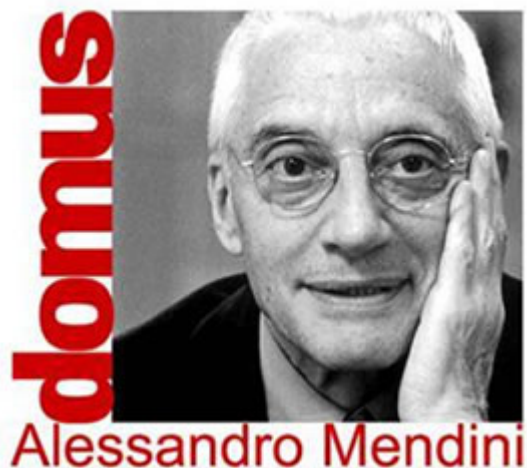
La "Lámpara Cuña" del argentino Leonardo Alderete, afincado en Consuegra, recibió el premio patrocinado por el Centro de Diseño de Castilla-La Mancha. Su proyecto es sencillo, la lámpara está compuesta de dos tablas, dos remaches-tornillos, una cuña de madera y un soporte de acero.

Por último, el estudiante cántabro, Florentino Puente, fue premiado por su "Mesa Branquial", proyecto con mucha ligereza visual y claridad estructural.

El certamen de Mueble Selección CLM está organizado por AEMSYC-Asociación de Empresas del Mueble de Sonseca y Comarca, con la colaboración del Centro de Diseño de Castilla-La Mancha y el patrocinio de la Dirección General de Promoción



Imagen de los premiados.



Empresarial y Comercio de la JCCM.

www.clmdisenio.com

[inicio] [titulares de grupo]

Entregados Premios best_ed

El pasado miércoles 24 de marzo tuvo lugar la presentación del Premio Europeo de Diseño y Medio Ambiente, best-ed, que se celebró en la Central de Diseño de Matadero Madrid. El evento reunió el acto de Entrega de Premios, la presentación de la publicación y la inauguración de la exposición Lanube, una muestra de los trabajos galardonados y una selección de los mejores proyectos recibidos. Dicho evento estuvo organizado por el DIMAD y La Central del Diseño.

En el marco de esta convocatoria tuvo lugar un coffee-table en el que asistieron además de los premiados y mencionados, algunos de los profesionales que han participado en este proyecto y una visita guiada por la exposición, a cargo de Manuel Estrada, presidente de DIMAD (Asociación Diseñadores de Madrid) especialmente pensada para los representantes de las Instituciones que han colaborado en esta primera edición.

Los premios (otorgados en diferentes categorías) se otorgaron a trabajos y actividades realizados en los últimos cinco años (2003-2008). Manuel Estrada destacó que "más allá de los valores estéticos, se habían evaluado y considerado la iniciativa, el gesto y el compromiso real que los proyectos tienen con el Medio Ambiente, propuestas todas en las que primaba el esfuerzo por el pensamiento y la actitud ecológicos".

En la categoría de Diseño Industrial recibió la Mención de Honor "W+W (Washbasin+Watercloset) (Lavabo+Inodoro)", realizado por Buratti + Battiston Architects para Roca Sanitarios, Italia-España y recibió el premio el arquitecto y profesor de diseño interior Gabriele Buratti, diseñador, y Ernest Hernández de Roca Sanitarios; de manos de Manuel Estrada, presidente de DIMAD.

www.dimad.org

[inicio] [titulares de grupo]

Alessandro Mendini nuevo director de la revista Domus

La revista Domus renueva cada cuatro años su director, aportando, de esta manera, nuevas ideas, contenidos e inspiraciones al sector. Este año la publicación, afronta nuevos retos con la llegada del diseñador y arquitecto italiano Alessandro Mendini.

La revista Domus, dedicada a la Arquitectura, Diseño, Arte y Comunicación, también cuenta con su versión on-line www.domusweb.it. Su versión en papel, en italiano e inglés, se distribuye en 104 países. Cuenta con una tirada de 62.000 ejemplares y una difusión de algo más de 53.000. Cerca del 48% de su difusión se realiza en países europeos, un 32% en América un 15% en Asia, y el 5% restante entre Oceanía y África. España es el cuarto país europeo después de Italia, Alemania y Portugal donde más se distribuye esta publicación, algo más de un 10% de la difusión europea.

El arquitecto y diseñador industrial, Alessandro Mendini, (Milán, 1931), es uno de los máximos exponentes del diseño italiano. Ha trabajado como arquitecto para las revistas especializadas en diseño y arquitectura como Casabella, Modo y Domus. En los años setenta formó parte del movimiento italiano denominado "Radical Design".

El número de abril, distribuido en la Feria del Mueble de Milán, ha sido el primer ejemplar de Domus firmado por este reconocido diseñador y arquitecto italiano caracterizado por la mezcla de diferentes culturas y formas de expresión.

Alessandro Mendini siempre se ha caracterizado por la mezcla de culturas y formas de expresión. Es un profesional todoterreno, ya que ha creado mobiliario, interiores, arquitectura, pinturas o gráfica. Además también ha dedicado su tiempo a la docencia. Ha escrito varios artículos y libros y ha sido profesor en la Universidad de Milán.

En 1979 Mendini se unió al Estudio Alchimia donde trabajó con Ettore Sottsass y Michele de Lucchi. De sus proyectos podemos destacar la residencia Alessi en Omegna (Italia) o el complejo de cines "Teatrino della Bicchieraia" en la ciudad de Tuscan en Arezzo. La torre conmemorativa en Hiroshima en Japón, y el Museo Groningen en los Países Bajos o el Casino Arosa en Suiza, son otros de sus edificios.

www.domusweb.it

[inicio] [titulares de grupo]

El Roca Barcelona Gallery expone el proyecto ganador de la 3ª edición del Concurso Internacional de Diseño Jump the Gap

El proyecto ganador y los diez finalistas de la tercera edición del Concurso Internacional de Diseño Jump the Gap estarán expuestos hasta finales de junio en Roca Barcelona Gallery.

El concepto de la exposición es obra del diseñador Héctor Serrano, y sorprende por su originalidad: los proyectos se muestran en lavabos que buscan la interacción del visitante, provocando así la "experimentación" de cada propuesta.

Roca Barcelona Gallery nace con la voluntad de convertirse en un centro de referencia en la vida cultural y social de la ciudad de Barcelona y en él se llevan a cabo distintas actividades socio-culturales y expositivas. Roca Barcelona Gallery, ubicado en la calle Joan Güell 211-213 de Barcelona, ha sido desarrollado por Borja, Carlos y Lucía Ferrater, del reconocido estudio de arquitectura OAB (Office of Architecture in Barcelona). El espacio se encuentra abierto al público y pretende acercar todos aquellos elementos relacionados con el mundo del baño a sus visitantes.

www.jumpthegap.net

[inicio] [titulares de grupo]

Se publica el catálogo de los Premios Delta 09

Como cada dos años, en 2009 se tuvo la ocasión de celebrar una vez más los Premios Delta y las Medallas ADI en su 33 edición. Por ello desde la Junta de ADI estaban muy satisfechos tanto con la extraordinaria calidad de las propuestas recibidas como con la gran asistencia a la entrega de los Premios y a las dos exposiciones.

Por ello se ha llevado a cabo la publicación del Catálogo Premios Delta 2009 en el que pueden verse los productos ganadores.

www.adifad.org

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la exposición.



Urbikes, uno de los proyectos que aparecen en la publicación.



Instalaciones del ITA

Formación

17/05/2010 - 27/05/2010

Procesos productivos para diseñadores gráficos

Curso de 32 horas dirigido a desempleados. Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es

31/05/2010 - 11/06/2010

Diseño y valor de uso en la concepción de productos innovadores

Curso de 40 horas dirigido a profesionales en activo. Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es

[inicio] [titulares de grupo]

13/09/2010 - 22/09/2010

Gestión empresarial para diseñadores

Curso de 24 horas dirigido a profesionales en activo. Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es

[inicio] [titulares de grupo]

25/10/2010 - 05/11/2010

Diseño y valor de uso en la concepción de productos innovadores

Curso de 40 horas dirigido a desempleados. Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es

[inicio] [titulares de grupo]

1ª Edición: 15/04/2010 - 27/05/2010

2ª Edición: 30/09/2010 - 22/11/2010

Diseño ergonómico de equipos y entornos de trabajo



Dirigido a profesionales de Departamentos de Ingeniería y de Diseño y a Profesionales de Departamentos de Prevención de Riesgos Laborales.

Los objetivos son conocer los ámbitos de aplicación de la Ergonomía, la importancia de las dimensiones corporales dentro del diseño de puestos de trabajo, estudiar , conocer el diseño y la selección adecuada de controles, indicadores, herramientas manuales, maquinaria.

Más información: Instituto de biomecánica de Valencia.

campus.ibv.org

Atención al cliente: 902 176 419

[inicio] [titulares de grupo]

07/05/2010 - 09/05/2010

Workshops con Pati Núñez

Talleres individuales de fin de semana para introducirse en la práctica de construcción de identidad y packaging comercial, según el método habitual de Pati Núñez.

www.patinunez.com

06/05/2010

Café y diseño con... Laura Meseguer

Charla en IBERCAJA ZENTRUM que va dirigida a profesionales del diseño y a estudiantes sobre el trabajo como tipógrafa y diseñadora de tipografías de la ponente. Después de la exposición de sus experiencias y de sus criterios en cuestiones relacionadas con su trabajo, habrá un intercambio de preguntas y respuestas para que este encuentro profesional, sea lo mas fructífero posible.

www.laurameseguer.com

www.ibercaja.es

29/05/2010 - 30/05/2010 (Zaragoza)

26/06/2010 - 27/06/2010 (Madrid)

"Técnicas Avanzadas de Modelado y Animación"

Cuarta serie de seminarios formativos desde que en el año 2006 se organizara el primero de estos eventos. En esta ocasión se va a cubrir el proceso de creación de una animación 3D, deteniéndose en todos los aspectos: planificación, modelado y generación de UVs, texturizado, iluminación, animación y postproducción; haciendo un especial hincapié en el concepto de **animación procedural**.

www.etereaestudios.com

Concursos

Hasta el 14/05/2010

Design & Advertising Competitions

Communication Arts



nude



Premio de larga tradición en el mundo del diseño gráfico y de la publicidad. Va dirigido a empresas y profesionales del diseño. Los ganadores aparecerán en el Advertising and Design Annuals y en la Communication Arts Web.

Más información: www.commarts.com

Hasta el 18/05/2010

Tacón de Cristal 2010

Concurso abierto a estudiantes de diseño o moda que estén inscritos actualmente o hasta dos años anteriores, en instituciones o escuelas especializadas de formación, públicas o privadas. El tema del concurso es Luces y emociones del Mediterráneo.

Más información: www.inescop.es

[inicio] [titulares de grupo]

Hasta el 20/05/2010

Nude

Habitat Valencia, lanza el Salón Nude 2010, como marco expositivo de encuentro entre los jóvenes diseñadores internacionales, el sector profesional del hábitat (productores y distribuidores) y la sociedad en general.

El Salón Nude 2010 quiere ser la puerta de entrada de los nuevos creadores a la industria del hábitat. Por este motivo, la participación está abierta por un lado a estudiantes, jóvenes diseñadores-creadores internacionales, así como Escuelas de Diseño. Por otro, a nuevas empresas editoras y productoras con menos de 5 años de antigüedad, y galerías que presenten proyectos compatibles con el espíritu de este Salón y las condiciones del mismo.

Más información: www.ideaspasion.com

Hasta el 24/05/2010

Concurso de Diseño de Juguetes

Concurso anual que llega a su 6ª edición. Este año hay dos categorías: "Juegos y juguetes para jugar al aire libre" y "Muñecas para todos". El objetivo final del concurso es promocionar el papel del diseño industrial en el sector del juguete. Va dirigido a estudiantes de universidades y escuelas de diseño, así como a recién titulados de todo el mundo a partir del año 2007.

Más información: www.ajju.info

Hasta el 15/07/2010

V Concurso de Diseño de Mobiliario Exterior

Por quinto año consecutivo la empresa Gandia Blasco pone en marcha el Concurso Internacional de Diseño de Mobiliario Exterior.

El concurso, dirigido a estudiantes y jóvenes profesionales del



CETEM



diseño entre los 18 y 35 años, tiene este año como objetivo el diseño de complementos para exterior que utilicen fuego, como faroles, portavelas, antorchas, braseros.

Más información: www.gandiabrasco.com

Hasta el 15/06/2010

Concurso Internacional de Diseño Industrial del Mueble

Premio anual dirigido a diseñadores o equipos de diseñadores industriales. Su objetivo es promover el acercamiento entre diseñadores y empresas de la Región de Murcia, fomentar la cultura del diseño industrial en el sector del mueble, promover el respeto mediambiental y demostrar la importancia del diseño en el proceso de innovación y su considerable contribución al éxito industrial. Todos los prototipos de los proyectos seleccionados en la primera fase serán expuestos en el stand de CETEM durante la 50ª edición de la Feria del Mueble de Yecla.

Más información: www.cetem.es

Hasta el 30/06/2010

MATERIALICA Design Award

Desarrolladores, fabricantes de materiales, diseñadores, directores de producto e ingenieros de la construcción están invitados a participar en Materialica Design + Technology Award 2010.

El premio se concede a los conceptos caracterizados por una gran creatividad en términos de innovación, el diseño o la ingeniería en las categorías de material, superficie, producto o la eficiencia de CO2.

El punto focal principal de este premio es el aeroespacial, automotriz, ingeniería, deportes y bienes técnicos de consumo.

Más información: www.materialicadesign.com

Hasta el 01/07/2010

James Dyson Award

El James Dyson Award es un premio de diseño internacional que reconoce, fomenta e inspira a la siguiente generación de ingenieros de diseño.

El premio como objetivo ayudar a un gran número de estudiantes, no sólo al ganador internacional, mediante la promoción y el reconocimiento de aportaciones de buena calidad.

Más información: www.jamesdysonaward.org

Hasta el 13/05/2010

Concurso de diseño de relojes Watchelona



El objeto del concurso es el diseño de un reloj de pulsera analógico: caja, esfera, agujas y correa. Esta creación debe situarse dentro de la filosofía estética de Watchcelona para su posterior edición.

El material empleado para la caja será acero inoxidable y para la correa puede utilizarse piel, caucho u otros materiales.

Se valorarán las propuestas que mejor expresen la función del producto, su innovación formal sin menoscabo de su función comercial, así como también, la viabilidad técnica y económica del proyecto.

Más información: www.watchcelona.com

Libros y publicaciones

Logodario

Autor: Estudio Versus

Editorial: Estudio Versus

Una revisión de los últimos años. Más de 100 logos realizados en el estudio Versus.

www.estudioversus.com



El diseño de lo incorrecto

Autor: Manuel Álvarez Junco

Editorial: Icrj ' diseño

El Diseño de lo incorrecto es un libro teórico sobre la configuración del humor gráfico. Se supone que sobre el tema del humor se han escrito muchos libros, pero ninguno sobre los elementos y conceptos que configuran el humor gráfico. La correcta realización de estas incorrecciones y la forma de hallar la complicidad del espectador se observa desde el punto de vista del diseño.

www.juncohumor.com



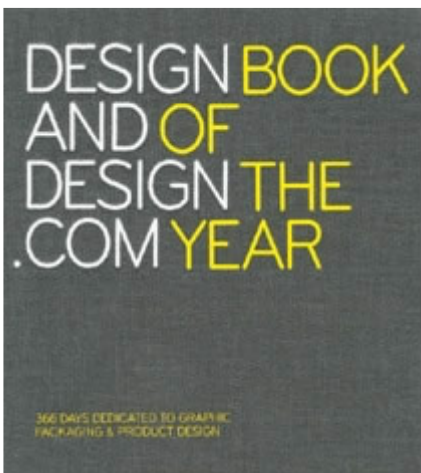
Graphis Advertising Annual 2010

Autor: Graphis Inc.

Editorial: Graphis Inc.

Graphis Advertising Annual 2010 presenta las mejores campañas publicitarias del año, seleccionadas entre miles de participantes internacionales, incluyendo 22squared, DeVito/Verdi, Publicis, Shine Advertising, Heye Group, Goodby, Silverstein & Partners y GSD&M Idea City.

Con doscientos de los anuncios más atractivos seleccionados como ganadores de Platino y Oro Graphis, esta es una referencia esencial para los profesionales de publicidad y



clientes potenciales. La edición de este año incluye una entrevista colectiva en materia de publicidad y de la economía actual con The Martin Agency, Venables Bell & Partners, The Richards Group y Pentagram.

H2O - Water Package Design

Autor: Axioma Comunicación

Editorial: Index Book

H2O - Water Package Design es un libro que recoge una selección de algunos de los mejores diseños tanto de etiquetas como de envases de agua mineral embotellada.

Los diseños se organizan por países, como parámetro para determinar la estética del pack y una buena manera de acotar estilos y tendencias.

Se incluyen también otros datos que contextualizan el agua, ya sea por procedencia, por modo de embotellado, por composición o por cualquier otro dato que ayude a entender la idiosincrasia del diseño y que, además, aporte un valor añadido tanto histórico como contemporáneo.

Desingnanddesing- Book of the Year

Autor: Marc Praquin

Editorial: Index Book

La página web de DesignAndDesign.com se dirige a la comunidad de diseñadores a nivel global. Cada día selecciona dos trabajos de diseño por su carácter innovador; uno de diseño gráfico y otro de packaging o de producto; que son elegidos entre los muchos recibidos a diario desde todos los rincones del planeta. El libro del año, 'Book of the year', presenta estos 730 diseños originales, en su mayor parte inéditos.

Eventos

Coolhunting. Conociendo al consumidor del futuro

Alhóndiga Bilbao. Bilbao.

Preguntas relacionadas con el coolhunting serán el tema central de Coolhunting, conociendo al consumidor del futuro. Esta jornada, organizada por Bilbao Design Academy cuenta en esta primera edición con dos de los coolhunters más destacados en el panorama internacional: Victor Gil y Carl



ca
pasarela

Rohde.Organiza: Bilbao Design Academy.

21/05/2010

www.bilbaodesignacademy.com

Straight to Business: Icograda Design Week

Aula Magna CSIC. Madrid.

Straight to Business: Icograda Design Week in Madrid mostrará los mejores ejemplos de cómo el diseño de comunicación, gestionado eficazmente e integrado en la estrategia de la empresa, representa una mejor imagen de marca, un uso más eficiente de los recursos y resultados económicos positivos.

Straight to Business 2010 es un punto de encuentro entre diseñadores, directivos de empresa y responsables de la formación y del promoción del diseño. El programa cubrirá avances, estudios de casos y experiencias reales acerca de estrategia y diseño, comunicación, marca y la gestión de la imagen.

Organiza: ddi y Icograda.

21/06/2010-25/06/2010

www.icogradadesignweekmadrid.org

Exposición Estudio Camaleón. 20 Años. 1990 - 2010

Centro de Historia de Zaragoza. Zaragoza.

Exposición con la que se celebra el veinte aniversario de la creación en Zaragoza de un proyecto empresarial de servicios de diseño gráfico y comunicación visual, Estudio Camaleón.

21/05/2010-25/07/2010

www.estudiocamaleon.com

Casa Pasarela

IFEMA Feria de Madrid

Lo último en diseño y vanguardia para el equipamiento integral de la casa y el contract.

Casa Pasarela es el punto de encuentro y un instrumento único de promoción de las mejores marcas del mundo ante los sectores de la distribución, showrooms, prescriptores, proyectistas, diseñadores, productores y medios de comunicación, sin olvidarnos del público que dispone del último día de la feria para conocer las últimas novedades de las marcas más importantes del planeta.

Organiza: Acción Pasarela Promotores.

04/05/2010 - 08/05/2010

INNOVATION FOR ALL 2010

EUROPEAN BUSINESS
CONFERENCE
ON INCLUSIVE DESIGN
OSLO, 20-21. MAY



**A LA
ME
SA!**
diseño y comida



www.ifema.es

Innovation for all 2010

DogA, Hausmanns gate 16, 0182. Oslo.

El diseño centrado en las personas es una parte cada vez más importante de la construcción de mejores soluciones de negocio y lograr la inclusión social y la sostenibilidad. ¿Te gustaría descubrir cómo este enfoque puede llevar más cerca de sus clientes y darle una ventaja innovadora?

Organiza: Norsk Designrad Doga.

20/05/2010-21/05/2010

www.norskdesign.no

A la mesa! diseño y comida

Sala Juana Mordó del Círculo de Bella Artes de Madrid.

La exposición gira en torno a tres ámbitos -Comprar, Preparar y Servir- que nos asoman, a través de la visión del diseño, a los cambios experimentados en los hábitos de compra con el uso de nuevas tecnologías y la aparición de productos ecológicamente cuidados; la sofisticación en los elementos de cocina o las estrategias y productos especializados utilizados en la resolución de problemas cotidianos, y por último, los productos que nos llegan a la mesa: vajillas, envases. en definitiva, comunicación y forma de expresión en manos de profesionales o aficionados de la cocina.

Organiza: ddi y CBA.

25/03/2010-13/06/2010

www.ddi.es

Design - Spanish Accent in Design

Pabellón de España en la Exposición Universal de Shanghai 2010.

La muestra se presenta en un espacio expositivo de pequeñas dimensiones: una vitrina que por su tamaño, forma y ubicación recuerda a un quiosco y donde se ilustran los diseños a modo de portadas de revistas.

Comisariado y diseño expositivo: Ramón Úbeda.

Organiza: ddi en colaboración con la SEEI.

01/05/2010-30/10/2010

www.ddi.es

INSPIRACIONES. Mariano Fortuny y Madrazo

Museo del Traje. CIPE (Madrid)



La exposición pretende hacer llegar al público la figura de este fecundo y exquisito artista, cuya extensa producción creativa abarca campos tan diversos como la pintura, el grabado, la escenografía, la luminotecnia, la fotografía, el diseño textil y la moda.

Organiza: Ministerio de Cultura. Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes y Museo del Traje. CIPE.

11/02/2010-27/06/2010

<http://museodeltraje.mcu.es>

Re-Thinking. The Future of Design

San Francisco, USA.

El año pasado, Re-Thinking... Design fue un éxito enorme para DMI y la comunidad de diseño. Por ello, este año repetimos teniendo que subir el nivel y pensando en el futuro.

La conferencia se moverá más allá de los argumentos filosóficos sobre Design Thinking: va a lidiar con los cambios reales en las expectativas que todos los tipos de organizaciones están empezando a tener sobre el potencial nivel de Diseño de la contribución y las consecuencias para usted como un profesional.

16/06/2010-17/06/2010

www.dmi.org

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

C/ Jerónimo Zurita, 3 Principal Izqda
50.001 Zaragoza
Tel.: 976 79 65 81 - 976 79 65 82

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento con la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE) y de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos española (LPD), garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios. Para darse de baja de la suscripción [\[haga click aquí\]](#)